

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES**

**ANÁLISIS DE LAS BRECHAS COMPETITIVAS EN LAS PYMEs DE LA  
INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL DISTRITO METROPOLITANO  
DE QUITO  
SUBSECTOR CIU C 20  
FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS**

**DISERTACIÓN DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**MARÍA SOL PADILLA YÁNEZ**

**QUITO, 2011**

**DIRECTOR DE DISERTACIÓN:**

Genoveva Zamora M., MBA

**INFORMANTES:**

Econ. Hernán Peña N., MBA

Ximena Villamar E., Mgtr

## **DEDICATORIA**

Con mucho amor y cariño a mis padres que gracias a ellos, a su sacrificio y apoyo incondicional, he alcanzado cada uno de mis logros y éste de manera especial ya que marca el inicio de mi vida profesional.

## **AGRADECIMIENTOS**

A mis maestros informantes, Hernán y Ximena y de manera especial a Genoveva Zamora, mi directora de tesis, que gracias a su dedicación y paciencia, se culminó con éxito esta investigación.

A los distintas empresas que colaboraron para la realización de esta investigación.

## **INDICE**

### **INTRODUCCIÓN, 1**

### **1. MARCO TEÓRICO, 4**

#### **1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACIÓN, 4**

- 1.1.1 Planteamiento del problema, 4
- 1.1.2 Formulación del problema, 5
- 1.1.3 Objetivos de la Investigación, 6
  - 1.1.3.1 General, 6
  - 1.1.3.2 Específicos, 6

- 1.1.4 Justificación de la investigación, 7
  - 1.1.4.1 Teórica, 7
  - 1.1.4.2 Práctica, 8

#### **1.2 VISIÓN TEÓRICA DE LA COMPETITIVIDAD, 10**

- 1.2.1 Definición de competitividad, 10
- 1.2.2 Factores que afectan la competitividad empresarial, 12
  - De tipo Macroeconómico, 12
  - De Política e Instituciones, 12
  - De tipo Social, 13
  - De tipo Internacional, 13
  - De Infraestructura, 13
  - Accesibilidad al Mercado Interno,
  - Dotación de Servicios básicos, 14
  - De conocimiento del Manejo del ámbito financiero, 14
  - Competencia desleal, 15
  - Incorporación de Tecnología, 15
  - De Producción, 15
  - Resistencia al Cambio, 15
  - Nivel de Corrupción y seguridad, 16
  - Regulación empresarial, 17
- 1.2.3 Factores que favorecen la competitividad empresarial, 17
  - Gestión Administrativa, 18
  - Innovación, 18
  - Producción, 18
  - Recurso Humano, 19
  - Consumidores más Sofisticados,

- Estructura Industrial, 19
- Incentivos y Regulaciones, 20
- Calidad, 20
- Productividad, 20
- Prestación de Servicios, 21
- Imagen, 21

### 1.3 MODELOS DE COMPETITIVIDAD, 21

- 1.3.1 Modelo Nacional de Competitividad (MNC- México), 22
- 1.3.2 Modelo de Competitividad Sistémica (México), 23
- 1.3.3 Modelo propuesto por CEPAL, 25
- 1.3.4 Bosques Clústers, 26
- 1.3.5 Cadena de Valor, 27
- 1.3.6 Basado en los Recursos, 27
- 1.3.7 Basado en el conocimiento (Know How), 28
- 1.3.8 Modelo Aperturista, 28
- 1.3.9 Modelo de Ventaja Competitiva de las Naciones (Michael Porter), 28
- 1.3.10 Modelo de Evaluación de los Índices Nacionales de Competitividad, 36
- 1.3.11 Modelo de IMD (Institute for Management Development), 37
- 1.3.12 Modelo World Economic Forum (WEF), 39

### 1.4 LA COMPETITIVIDAD GLOBAL- WEF, 42

- 1.4.1 Pilares de Competitividad, 44
  - Instituciones, 45
  - Infraestructura, 46
  - Entorno macroeconómico, 47
  - Salud y educación primaria, 48
  - Formación y educación superior, 49
  - Eficiencia de los bienes del mercado, 50
  - Eficiencia del mercado laboral, 51
  - Desarrollo del mercado financiero, 52
  - Preparación tecnológica, 53
  - Tamaño del mercado, 54
  - Sofisticación de la empresa, 55
  - Innovación, 56

### 1.5 PERFIL DEL ECUADOR EN EL REPORTE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL WEF 2010-2011, 57

- 1.5.1 Ecuador : Análisis WEF, 57
- 1.5.2 Factores más problemáticos a nivel empresarial, 60

## **2 CARACTERÍSTICAS DEL SUBSECTOR CIIU C20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS, 62**

### **2.1 TRAYECTORIA DE LA MANUFACTURA ECUATORIANA EN LOS ÚLTIMOS AÑOS, 62**

- 2.1.1 Definición de Industria manufacturera, 62
- 2.1.2 La Industria manufacturera en el Ecuador, 63
- 2.1.3 Activos, Pasivos y Patrimonio del sector manufacturero, 71
- 2.1.4 Utilidades del Sector manufacturero, 72

### **2.2 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR C20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS, 73**

- 2.2.1 Aportes del subsector, 74
- 2.2.2 Características del CIIU C20: Fabricación de Sustancias y productos químicos, en el Distrito Metropolitano de Quito, 80

## **3. ASPECTOS METODOLÓGICOS, 82**

### **3.1 METODOLOGÍA APLICADA, 82**

- 3.1.1 Trabajo de Campo, 84
- 3.1.2 Tabulación de Datos, 85

### **3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA, 86**

- 3.2.1 Tamaño de Muestra para proporciones y poblaciones finitas, 87

### **3.3 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO, 88**

## **4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN, 92**

### **4.1 SECCIÓN 1: MERCADO, 92**

### **4.2 SECCIÓN 2: MERCADEO, 142**

### **4.3 SECCIÓN 3: APERTURA COMERCIAL, 163**

### **4.4 SECCIÓN 4: GOBIERNO, 184**

### **4.5 SECCIÓN 5: DE LAS INSTITUCIONES, 196**

### **4.6 SECCIÓN 6: INFRAESTRUCTURA FÍSICA, 210**

#### **4.6.1 Del Estado, 211**

#### **4.6.2 De la Empresa, 211**

### **4.7 SECCIÓN 7: MERCADO FINANCIERO, 218**

### **4.8 SECCIÓN 8: EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL, 228**

4.9 SECCIÓN 9: DESARROLLO TECNOLÓGICO, 246

4.10 SECCIÓN 10: MEDIO AMBIENTE, 276

4.11 SECCIÓN 11: GESTIÓN GERENCIAL, 286

## **5. DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR C20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS, 305**

### **5.1 FACTORES DE ÉXITO POR FACTOR CLAVE DE COMPETENCIAS, 305**

5.1.1 Sección 1: Mercado, 306

5.1.2 Sección 2: Mercadeo, 316

5.1.3 Sección 3: Apertura Comercial, 319

5.1.4 Sección 4: Gobierno, 324

5.1.5 Sección 5: De las Instituciones, 327

5.1.6 Sección 6: Infraestructura Física, 330

5.1.7 Sección 7: Mercado Financiero, 333

5.1.8 Sección 8: Eficiencia del Mercado Laboral, 337

5.1.9 Sección 9: Desarrollo Tecnológico, 344

5.1.10 Sección 10: Gestión Gerencial, 349

### **5.2 APROXIMACIÓN A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR C20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS, 350**

## **6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES, 352**

### **6.1 CONCLUSIONES, 352**

6.1.1 De los Resultados de la Investigación, 352

6.1.2 Del Cálculo de la Competitividad por factores de éxito, 365

6.1.3 De las Brechas Competitivas, 379

### **6.2 RECOMENDACIONES, 389**

6.2.1 Para mejorar la competitividad del subsector C 20, 391

## **BIBLIOGRAFÍA, 408**

## **ANEXOS, 414**



## **RESUMEN EJECUTIVO**

La presente tesis se basó en una investigación realizada a las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito, en este caso circunscrito al subsector C20: Fabricación de Sustancias y productos químicos. El objetivo central es determinar las brechas existentes en este sector manufacturero en comparación con el indicador nacional cuyos resultados son proporcionados por el reporte WEF 2010-2011.

Se pretende orientar las decisiones que el empresario debe tomar con el fin de mejorar la competitividad no solo de la empresa que gerencia sino del sector en el cual se encuentra inmerso y por ende de la economía del país.

Para lograr lo anteriormente descrito, se recopiló información tanto a nivel primario como secundario. Es importante señalar que los datos primarios fueron recogidos directamente en las PYMEs investigadas, a través de la aplicación de un cuestionario.

La tesis consta de seis capítulos en los que se abordaron distintos tópicos según la importancia que tienen para el estudio, este se limitó a la investigación en las PYMEs del subsector antes mencionado asentadas en el DMQ.

El primer capítulo trata sobre información esencial a la que se refiere toda la investigación, siendo los antecedentes, la justificación, los objetivos, la visión teórica general de competitividad y sus factores.

El capítulo dos describe en su totalidad las características del subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, su trayectoria y además sus aportes a la economía del país.

Como capítulo tres se presenta la metodología que se utilizó en la investigación, la cual fue mediante la recolección de datos utilizando la técnica exploratoria y concluyente descriptiva.

En el capítulo cuatro se presentan los resultados de la investigación, en el quinto se establecen las brechas como tal, y finalmente en el sexto se dan a conocer las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

## **INTRODUCCIÓN.-**

La última década se ha caracterizado por una creciente globalización de la economía, por cambios en la forma de operar de las empresas, por mercados cada vez más abiertos y competitivos, y por la búsqueda del libre intercambio, en esta coyuntura los países y con mayor razón las empresas tienen la obligación de diferenciarse de la competencia y de esforzarse por tener ventajas competitivas sostenibles para no ser absorbidas por la competencia o desaparecer del mercado a causa de su falta de innovación.

Se entiende que una nación es competitiva en la medida que es capaz de proporcionar mayor prosperidad a sus ciudadanos, y en el caso de las empresas competitividad sería el conjunto de factores que la hacen sobresalir ante sus competidores ya sea por el nivel de innovaciones que tienen sus productos o servicios, la tecnología usada, o por las alianzas realizadas.

Una de las características que fortalece a la economía es la productividad, dicha productividad se logra con la eficiencia en el uso de los recursos y con buenas prácticas empresariales que fomenten el rendimiento de las organizaciones y por ende un crecimiento sostenible, que a la final hace la prosperidad de los ciudadanos. De acuerdo al estudio referente al tema “Situación y Desempeño de las PYMES de Ecuador en el Mercado Internacional”,<sup>1</sup> se indica que en el país existirían alrededor de 15.000 empresas que pueden ser catalogadas como tal, y que generarían aproximadamente 330.000 puestos de trabajo, “esta cifra indudablemente está subestimada, da una primera visión sobre la importancia

---

<sup>1</sup> M. BARRERA, Capeipi, 2003

que tienen las PYMEs en la generación de fuentes de empleo. Al realizar esta investigación, se ha constatado que existe una especie de “estigma”, ya que muchas empresas que están dentro de la categoría PYMEs, demuestran cierto recelo a ser catalogadas como tal, por lo tanto es necesario cambiar la percepción negativa que se tiene de las PYMEs.”<sup>2</sup>

Anexando a lo dicho anteriormente en la ciudad de Quito existen gran cantidad de PYMEs, dedicadas a la actividad manufacturera, las cuales constituyen pilar fundamental en el aporte a la economía del país. Gracias a la investigación que prosigue se puede apreciar las brechas competitivas de la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito, de acuerdo a la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU) para comparar los resultados alcanzados específicamente en el subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos con el indicador nacional.

Se ha tomado como referente al reporte de competitividad global 2010-2011, publicado por el Foro económico mundial, cuyas siglas en inglés son WEF, dicho informe evaluó a 139 economías de países desarrollados y en desarrollo. El Ecuador, dentro de este contexto, ocupa el puesto 105 en la clasificación mundial; cabe mencionar que los reportes son desarrollados y publicados cada año desde 1979.

Esta investigación a más de determinar las brechas competitivas existentes, entre el subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, y el indicador nacional, también

---

<sup>2</sup> <http://www.ideinvestiga.com/ide/documentos/compartido/gen--000028.pdf>

propone recomendaciones prácticas las cuales pueden ser tomadas en cuenta por las autoridades respectivas, con el fin de proponer acciones estratégicas para mejorar no solo la situación de las PYMEs estudiadas si no también de la competitividad a nivel del país.

## **1. MARCO TEORICO**

### **1.1 ANTECEDENTES DE LA INVESTIGACION**

#### **1.1.1 Planteamiento del Problema**

Hoy en día, la economía globalizada obliga al cambio drástico en productos/servicios, características del empleo, medios de financiamiento, tecnología, innovación, información, entre otros. Asistimos a momentos de conformación de bloques económicos y alianzas regionales a nivel mundial. En este contexto, los fabricantes, productores y exportadores ecuatorianos podrían ingresar en los mercados internacionales si su oferta sería más competitiva.

El índice de competitividad mide la habilidad de los países de proveer una mayor satisfacción de los consumidores al menor costo. Esta habilidad depende de cuán productivamente una nación utiliza sus recursos. En consecuencia, el índice mide un conjunto de instituciones, políticas y factores que definen los niveles de prosperidad económica sostenible hoy y a mediano plazo<sup>3</sup>. La competitividad está determinada por elementos económicos, sociales, ambientales y políticos, que

---

<sup>3</sup> Google Scholar. «[Scholar articles for Global Competitiveness Report](#)» (en inglés). Consultado el 28-09-2010.

establecen la capacidad de la empresa para lograr una posición única y sostenible en el mercado.

En el Ecuador, existen varias entidades públicas, privadas y sin fines de lucro que hacen un seguimiento de este indicador, mostrando su importancia; surge entonces la necesidad de la comparación entre naciones, como referente regional o mundial alcanzable.

La presente investigación pretende identificar los factores de competitividad de las PYMEs del Distrito Metropolitano de Quito, tomando en cuenta los estudios efectuados por entidades del Ecuador y del exterior, esto es la competitividad entre los índices existentes y los consultados del distrito, objeto de este análisis, a fin de que las políticas gubernamentales puedan disponer de un documento técnico para tomar las acciones correctivas o de gestión que correspondan.

### **1.1.2 Formulación del problema**

¿Cuáles son los factores de competitividad que inciden negativamente en el desarrollo las PYMEs de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito?

### 1.1.3 Objetivos De La Investigación

#### 1.1.3.1 General

Determinar las brechas competitivas existentes entre el indicador nacional y las PYMEs de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito, correspondiente al subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos

#### 1.1.3.2 Específicos

Analizar la aplicabilidad para las pequeñas y medianas industrias de los factores que utiliza el WEF<sup>4</sup> para medir la competitividad de las naciones.

Definir los factores de competitividad en el subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos.

Establecer los grupos del subsector a estudiarse correspondiente al CIIU C 20: Fabricación de sustancias y productos químicos de la Industria Manufacturera del DMQ.

Establecer la competitividad existente en las PYMEs del subsector CIIU

---

<sup>4</sup> WEF: World Economic Forum



C20: Fabricación de sustancias y productos químicos de la Industria Manufacturera del DMQ<sup>5</sup> utilizando el diamante de competitividad.

#### **1.1.4 Justificación**

##### **1.1.4.1 Teórica**

El Índice de Competitividad Global (Global Competitiveness Index), es desarrollado y publicado anualmente desde 1979 por el Foro Económico Mundial. El informe de 2010-2011 evaluó 139 economías de países desarrollados y en desarrollo, el Ecuador, dentro de este contexto, ocupa el puesto 105 en la clasificación mundial<sup>6</sup>.

El índice es calculado utilizando información pública disponible y la Encuesta de Opinión Ejecutiva, realizada por el Foro Económico Mundial en conjunto con una red de institutos asociados (que incluye instituciones líderes en investigación y organizaciones de negocios) en los países incluidos en el informe. La encuesta es diseñada para recoger un amplio rango de factores que afectan el clima de negocios dentro de la economía de un país. El informe presenta además una lista exhaustiva

---

<sup>5</sup> Distrito Metropolitano de Quito

<sup>6</sup> El Universo, Economía, viernes 10 de septiembre 2010, a las 22H21

<http://www.eluniverso.com/2010/09/10/1/1356/ecuador-continua-105-ranking-competitividad.html?p=1355A&m=2160>

de las principales debilidades y fortalezas de los países, haciendo posible la identificación de aspectos prioritarios que pueden ser referentes para la adopción de políticas gubernamentales.

El Índice de Competitividad Global se construye con una parte cuantitativa, basada en la realidad económica del país y otra cualitativa que resulta de la encuesta de opinión a empresarios, líderes y actores de la realidad interna del país. A partir de este criterio, es posible realizar una encuesta de opinión a las empresas manufactureras del Distrito Metropolitano de Quito, y en base a sus resultados, calcular la brecha competitiva existente.

Si la competitividad es el resultado de la conjunción de la productividad operacional adicionada a la efectividad de la estrategia implementada, esta herramienta permitirá a las PYMEs, detectar sus debilidades y fortalezas, diseñando estrategias que les posibiliten competir dentro de su propio CIU, y en diferentes entornos internos y externos.

#### 1.1.4.2 Práctica<sup>7</sup>

La importancia práctica del proyecto se detalla a continuación:

---

<sup>7</sup> Tomado del Proyecto de Investigación “Análisis de las brechas competitivas de las PYMEs de la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito

**Impactos científicos:** El enfoque del concepto de competitividad de las naciones muestra como los conceptos de Macroeconomía y Microeconomía se complementan para generar las condiciones de productividad que le permiten a un país participar con éxito y de manera sostenida en los mercados internacionales, propiciando con ello un mejoramiento del nivel de vida de su población.

**Impactos tecnológicos:** La reactivación del aparato productivo trae consigo la generación de bienes y servicios mejorados, la diversificación de los mismos y la creación de nuevos productos, hecho que demanda generación de fuentes de empleo, incorporación de nuevas tecnologías e incremento de la inversión que incide en el crecimiento y desarrollo económico sostenible, dando como resultado industrias productivas y competitivas.

**Impactos educativos, culturales:** El proyecto propuesto afianza el proceso investigativo de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables de la PUCE, tanto desde el punto de vista metodológico y práctico, como en la formación académica de sus estudiantes. Adicionalmente la información se encuentra disponible y actualizada. Existe una base de datos confiable, producto de investigaciones anteriores, que permitirá el éxito del trabajo de campo.

**Impacto en la solución de problemas de la sociedad:** El conocimiento de las brechas competitivas que afronta cualquier sector de la economía sirve de referente para plantear y replantear los programas gremiales, sectoriales o gubernamentales, que hagan factible alcanzar mejores índices de competitividad y su contribución al indicador nacional.

**Contribución al desarrollo de la investigación o programas de postgrado:** El presente proyecto de investigación va a contribuir al fortalecimiento de la Docencia Investigativa en el marco de las Líneas de Investigación: Sistemas integrados de gestión de operaciones y Gestión de PYMEs, de las áreas de Producción-Operaciones y de administración respectivamente. Además el presente trabajo sentará las bases para la consolidación del semillero de investigación de la FCAC y estará conformado por tres docentes y 18 alumnos de pregrado o egresados, que serán los encargados de realizar el trabajo de campo, base de su disertación de grado.

## **1.2 VISIÓN TEÓRICA DE COMPETITIVIDAD**

### **1.2.1 Definición**

La competitividad, en la forma más básica, es “el poseer la capacidad para competir”. En cuanto al ámbito institucional se precisa como la

ventaja comparativa que tiene una empresa para lograr cierta rentabilidad en base a una inversión dada o a un conjunto de estrategias planteadas, con el fin de alcanzar una meta esperada, de acuerdo a lo dicho la competitividad se define por las características de la propia empresa, es decir en base a un análisis interno y por ciertas condiciones y dimensiones de factores externos que influyen directamente en ella.

Se entiende por ventaja comparativa aquella habilidad, recurso, conocimiento, atributo, etc., que dispone una empresa o un país, (de la que carecen sus competidores) que para hacer posible la obtención de rendimientos superiores a sus similares, dicha ventaja debe ser sostenible en el tiempo ya que de lo contrario no podría sobrevivir en el mercado en relación a sus competidores.

“En cuanto a la definición de competitividad a nivel de empresa, Sharples y Milhan (1990) la establece como la habilidad que tiene la firma de entregar bienes y servicios en el tiempo, lugar y forma preferida por los clientes de la misma, a precios tan buenos o mejores que los ofrecidos por los otros oferentes, obteniendo al menos el costo de oportunidad de los recursos empleados”<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> CASTELLANOS C, CASTELLANOS M: (junio 2010) "*Concepciones teóricas referentes a la definición de la competitividad*" en Contribuciones a la Economía, en <http://www.eumed.net/ce/2010a/>

En el aspecto social y económico la competitividad es la característica que le permite a una empresa mantenerse dentro del mercado al que se enfoca; si aquella empresa no es lo suficientemente competitiva está destinada a la desaparición; muchas veces se tiene una idea equivocada de que eficiencia es lo mismo que competitividad, pero la eficiencia como tal es una cualidad que forma parte de la competitividad, ya que para lograrla se debe manejar con eficiencia todos los recursos de una organización.

### **1.2.2 Factores que afectan a la competitividad empresarial**

- **De tipo macroeconómico.-**

Interviene en este grupo aquellos factores que se relacionan con el funcionamiento de la economía, y que generan el bienestar económico y social medido en función del volumen de producción obtenido, de su crecimiento, del número de puestos de trabajo creados y de la estabilidad de los precios. Algunos de estos factores son: tasas de cambio, impuestos, oferta de crédito, política salarial, crecimiento del Producto Interno Bruto, etc.

- **De política y de instituciones.-**

Se refiere a las políticas gubernamentales, y a la forma en que operan las distintas instituciones relacionadas con el desarrollo de las PYMEs,

entre éstas tenemos a la política tributaria y arancelaria, participación del Estado en la economía, disposiciones legales y regulatorias, protección a la propiedad industrial, control del medio ambiente, defensa del consumidor y al capital extranjero.

- **De tipo social.**

Son parte de este grupo las políticas de educación, salud, y de bienestar, y la formación del recurso humano, seguridad social etc.

- **De tipo internacional.**

Los factores que tienen que ver con este tema son: las tendencias del comercio mundial, los flujos de capital, la relación con organizaciones multilaterales, acuerdos internacionales, y relaciones con sus pares comerciales del exterior.

- **De infraestructura.-**

Aquí se precisa la disponibilidad, calidad y costo de la energía, del transporte, comunicaciones, servicios tecnológicos como metrología y normalización, etcétera.

- **Accesibilidad al mercado interno.-**

Identifica las dificultades que tienen los pequeños empresarios o productores para colocar sus bienes en el mercado interno.

- **Dotación de servicios básicos.-**

Establecen las barreras existentes entre los empresarios de menor tamaño especialmente aquellos que se asientan en zonas rurales a las cuales aún no se las ha dotado de los servicios básicos o son de difícil acceso.

- **De conocimiento del manejo del ámbito financiero.-**

Hace referencia al financiamiento que acceden las PYMEs por lo general los bancos privados prefieren prestar a empresas grandes por que los costos administrativos y de seguimiento son menores a cambio de grandes créditos, en comparación a los de pequeños montos y numerosos préstamos. Además las tasas otorgadas a las pequeñas y medianas empresas son altas debido al mayor riesgo percibido y a las costosas operaciones que muchas veces deben cubrir los bancos.

Las PYMEs no tienen, en la mayoría de los casos, estrategias de planificación financiera o fiscal, y sus sistemas de administración son ambiguos, lo que constituye otro obstáculo para acceder a crédito bancario, es decir invierten de forma incorrecta los recursos monetarios.



- **Competencia desleal**

Se refiere a aquellas prácticas en teoría, contrarias a los usos honestos en materia de industria y de comercio. Se refiere a todas aquellas actividades de dudosa honestidad (sin necesariamente cometer un delito de fraude) que puede realizar un fabricante o vendedor para aumentar su cuota de mercado, eliminar competencia, etc.<sup>9</sup>

- **Incorporación de tecnología.-**

Son las dificultades que existen para incorporar a los procesos tecnología mucho más apropiada de acuerdo a las necesidades de la empresa y a las circunstancias particulares de su subsector.

- **De producción.-**

Refleja el grado de aprovechamiento de su capacidad de producción, desperdicio de recursos etc.

- **Resistencia al cambio**

Menciona la capacidad de adaptación de las empresas, en este caso de las PYMEs a los diferentes cambios que sufre el medio ambiente interno o externo, y a las nuevas condiciones del mercado, muchas veces genera rechazo al no estar preparados para afrontar a las nuevas tendencias que presenta el mercado, y debido a la falta de innovación.

---

<sup>9</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia\\_desleal](http://es.wikipedia.org/wiki/Competencia_desleal)

- **Nivel de corrupción y seguridad.-**

Toma en cuenta el nivel de corrupción y sensibilidad al crimen organizado. Cualquier tipo de gobierno es susceptible a la corrupción, entre estos actos se puede mencionar: el uso fraudulento de información privilegiada, el patrocinio, sobornos, extorsiones, influencias, fraudes, malversación, la prevaricación, el caciquismo<sup>10</sup>, el compadrazgo, la cooptación<sup>11</sup>, el nepotismo y la impunidad.

La corrupción facilita a menudo otro tipo de hechos criminales como el tráfico de drogas, el lavado de dinero y la trata de blancas; aunque no se restringe a estos crímenes organizados, y no siempre apoya o protege otros delitos.

El concepto de corrupción difiere dependiendo del país o sus leyes. Indiscutiblemente que algunas prácticas políticas pueden ser legales en un lugar e ilegales en otros. En algunos países, la policía y los fiscales deben mantener la discreción sobre a quien arrestan y acusan, y la línea entre discreción y corrupción puede ser difícil de mantener. En países

---

<sup>10</sup> Intromisión abusiva de una persona o una autoridad en determinados asuntos, valiéndose de su poder o influencia.

<sup>11</sup> Sistema de organización por el cual una asociación cualquiera de personas, nombra internamente a sus propios miembros, sin dependencia de criterios externos.

con fuertes intereses de grupos políticos, las prácticas de corrupción se dan con más frecuencia y facilidad.

- **Regulación empresarial.-**

Mide hasta qué punto el Estado a través de sus regulaciones y leyes apoya u obstaculiza la competitividad; el grado de intervención del gobierno en la economía; el peso global de los gastos del régimen, déficit fiscal, tasa de ahorro público, margen impositivo; y grado de competencia global del sector privado. Si dichas regulaciones son manejadas de una manera ineficiente obviamente que afectarán al sistema empresarial y con mayor razón a las PYMEs ya que la política fiscal, los niveles de burocracia y el aparato estatal limitan los recursos disponibles para la inversión.

### **1.2.3 Factores que favorecen a la competitividad empresarial**

Los factores empresariales que favorecen al crecimiento, al cumplimiento de objetivos, y por ende a la competitividad empresarial están:

- **Gestión administrativa**

Se refiere a las clásicas tareas administrativas, de mercadeo, de finanzas, y sobre todo aquellas de toma de decisión indispensables para el éxito de la empresa en un mercado específico.

- **Innovación.-**

Un elemento importante para mejorar la competitividad sea por introducir nuevos productos o procesos, o por abarcar mayor mercado; es la innovación con el fin de ser más productivo y competir en precios.

- **Producción.-**

Los avances tecnológicos mundiales revelan el surgimiento de un nuevo paradigma productivo sobre la base del uso de la robótica, la microelectrónica, los sistemas digitales de control, etc. Temas que crean calidad, diversidad, renovación de los productos, flexibilidad y rapidez en la entrega de los pedidos, la racionalización de los costos de producción etc., que se constituyen en apalancamiento de la competitividad.

- **Recurso Humano.-**

Constituyen personas que comparten un fin o propósito, donde cada una de ellas tiene un rol que cumple o desempeña, y un objetivo último común a todas. Se refiere al conjunto de condiciones que caracterizan las relaciones de trabajo y los aspectos que influyen en la flexibilidad, calificación y productividad, de la mano de obra.

- **Consumidores más sofisticados.-**

El hecho de que el consumidor este más informado y que tenga mayores disponibilidades de selección de demanda de bienes y servicios obliga a las empresas a mantener patrones de calidad en los productos, y a los directivos o empresarios a adoptar estrategias competitivas de capacitación y mejora continua de la eficiencia.

- **Estructura industrial.**

Este tema tiene que ver con las tendencias de progreso tecnológico, las escalas de operación física, a los vínculos entre las empresas y sus proveedores y a la relación capital-trabajo.

- **Incentivos y regulaciones.-**

Los incentivos tratan de aumentar la capacidad de respuesta de las empresas a los desafíos impuestos por la competencia, mientras que las regulaciones buscan condicionar sus conductas en direcciones socialmente deseables; pero en sí se pueden definir como un conjunto de estrategias o acciones que plantean los gobiernos para influenciar sobre las economías de sus respectivas naciones, modificando el comportamiento de los entes económicos a través de incentivos, subsidios, beneficios tributarios etc. , o de prohibir o limitar ciertas acciones.

- **Calidad.-**

Calidad del producto es la capacidad de producir bienes o prestar servicios que satisfagan las expectativas y necesidades de los usuarios. También significa realizar correctamente cada uno de los procesos internos de la organización y evitar unidades defectuosas. La satisfacción del cliente aumenta su fidelidad al producto.

- **Productividad.-**

Tiene que ver con la capacidad de producir más bienes o servicios con menos recursos de los que se cuenta. La productividad depende en alto grado de la tecnología (capital físico) usada y la calidad de la formación de los trabajadores (capital humano). Una mayor productividad provoca

una mayor capacidad de producción a igualdad de costos, o un menor costo a igualdad de producto. Un costo menor permite fijar precios más bajos.

- **Prestación de Servicios**

Es la capacidad de tratar a los clientes o ciudadanos, en forma honesta, justa, solidaria, transparente, amable, puntual, etc., dejándolos satisfechos de sus relaciones con la organización., esto además provoca la acogida del cliente y sin duda augura una buena publicidad y un seguro regreso.

- **Imagen**

Se refiere a la capacidad que tiene la organización de promover en la mente de muchas personas la percepción de que es la mejor opción para la obtención de bienes o servicios que dejarán satisfechas sus necesidades o expectativas.

### **1.3 MODELOS DE COMPETITIVIDAD.-**

Como es conocido por todos, en la actualidad existe una competencia entre naciones cada vez más agresiva, producida por los efectos de la globalización que obliga a los países a entrar en una competencia constante. Para contrarrestar este fenómeno es necesario contar con

empresas preparadas que puedan afrontar los desafíos del entorno cambiante, responder a los mercados exigentes, y ser capaces de medir su competitividad.

Existen muchos factores internos como externos que inciden en la medición de la competitividad, los cuales influyen en diferente grado en las empresas y, en una región determinada. Para medir estos impactos se han creado algunas propuestas, entre otras, las más utilizadas están el modelo **WEF** (World Economic Forum) y el **IMD** (International Institute for Management Development)<sup>12</sup>

Entre los más usados se podría mencionar a los siguientes:

### **1.3.1 Modelo Nacional de Competitividad (MNC-México)**

Este modelo creado en México, pretende ser una guía para todas las empresas e instituciones no solo mexicanas sino también de otros países, para que puedan medir la competitividad sin importar su tamaño ni su actividad, y además puedan concientizar, principalmente a los directivos, sobre redefinir retos y oportunidades dentro del entorno en el que se desenvuelven sus organizaciones y que promuevan el desarrollo

---

<sup>12</sup> Estos modelos de medición pretenden llegar a ser una herramienta que sirva a los países a establecer mejores políticas de desarrollo económico, y a comparar más objetivamente a las naciones de una misma región.



de las mismas. Fue desarrollado por el Instituto de Desarrollo de la Calidad Total.

El mencionado modelo analiza a toda la organización dentro de un enfoque global e integral, para ello se vale de algunas herramientas como resultados de la competitividad y sustentabilidad, la mejora continua, innovación, flexibilidad, agilidad y creación de valor para sus clientes. Este análisis integral lo diferencia de algunos otros modelos.

Los directivos gracias a este modelo pueden definir exactamente a dónde pretenden llegar y qué es lo que quieren de su empresa, además de que todos sus colaboradores se encuentren informados y ayuden a la consecución de sus metas, después de saber a dónde pretenden llegar es importante que identifiquen las estrategias para hacerlo y con las que se van a crear las ventajas competitivas que les permita diferenciarse.

### **1.3.2 Modelo de Competitividad Sistémica (México)**

México actualmente está manejando un modelo de Competitividad Sistémica que se basa en los seis círculos de competitividad, pues el objetivo de este país es llegar a ser una nación en la cual toda su economía se encuentre bien estructurada y les permita ser competitivos en el mercado internacional.

El primer círculo y el más básico es la microeconomía, que se refiere a un modelo empresarial donde se espera que las empresas lleguen a ser

competitivas y mantengan un desarrollo sostenible además una alta productividad y flexibilidad dentro del capital laboral. El poder estructurar y trabajar en las debilidades de las empresas que constituyen la base de la economía de un país es fundamental en el modelo de competitividad sistémico.

El segundo círculo es la meso economía, que se basa en el modelo industrial, preocupándose del capital organizacional, es decir conglomerados y cadenas empresariales, que constituyen un factor muy importante en el momento de competir, pues al unir fuerzas de empresas de un mismo país es más fácil llegar a ser competitivos internacionalmente, también toma en cuenta el capital logístico y lo referente a la tecnología utilizada, la misma que debe aportar con la innovación, la introducción de prácticas modernas de hacer las cosas, el aumento de la productividad, y el último punto importante en este círculo es el capital intelectual mediante un sistema nacional de educación que capacite al recurso humano.

El tercer círculo está basado en un modelo macro donde se pretende el equilibrio macroeconómico interno como externo en el campo financiero, fiscal y de competitividad.

El cuarto círculo es el modelo de apertura, el cual se basa en la internalización y en el capital comercial, tiene como objetivo el fomentar las exportaciones e implementar programas que erradiquen el contrabando y las prácticas de competencia desleal.

El quinto círculo es el institucional, basado en el modelo gubernamental y de estado de derecho, pretende tener un gobierno de calidad e inteligente que garantice el atraer inversión extranjera mediante estabilidad política dentro del país y que fomente la creación y el funcionamiento de empresas nacionales.

El sexto círculo es el político-social, basado en un modelo de desarrollo social integral y estabilidad política gracias a un programa de seguridad pública que es la base de la sustentabilidad del desarrollo.

### **1.3.3 Modelo propuesto por CEPAL**

La Comisión Económica para Latinoamérica y el Caribe (CEPAL), propone un modelo en el cuál se establecen cuatro factores claves para la competitividad de las naciones que la conforman.

**CUADRO N° 1**  
**MODELO PROPUESTO POR CEPAL**

<b>FACTOR DE COMPETITIVIDAD</b>	<b>VARIABLES</b>
Desempeño Económico	Economía Doméstica Comercio Internacional Inversión Extranjera Empleo Precios
Eficiencia del Gobierno	Finanzas Públicas Política Fiscal Entorno Institucional Legislación Empresarial Entorno Social
Eficiencia Empresarial	Productividad Mercado Laboral Finanzas Prácticas administrativas Actitudes y Valores
Infraestructura	Infraestructura Básica Infraestructura Tecnología Infraestructura Científica Salud y Medio Ambiente Educación

**Fuente:** Página web de CEPAL: [www.eclac.cl](http://www.eclac.cl)

#### **1.3.4 Bosques Clústers<sup>13</sup>**

Algunos estudios realizados en diferentes partes del mundo dan a conocer los factores que contribuyen al éxito de los negocios y dentro de estos factores se incluye las políticas forestales y macroeconómicas, la tenencia segura de la tierra, el apoyo a la educación y programas relacionados con la tecnología y la cooperación entre los distintos

<sup>13</sup> Conjunto o grupo de empresas pertenecientes a diversos sectores, ubicadas en una zona geográfica determinada.

sectores involucrados en la producción y comercialización de productos y servicios forestales. Algunos países desarrollados han implementado este modelo y ahora se presenta como un medio de desarrollo para algunos países de Latinoamérica como: México, Brasil, Venezuela, entre otros, gracias a la experiencia pasada en otros lugares. Los clúster forestales pretenden desarrollar los mercados y mejorar la competitividad de la región.

#### **1.3.5 Cadena de Valor.-**

Se desea que todas las actividades del proceso productivo agreguen valor al cliente. Como ventaja tiene la facilidad del costeo por actividad, sin embargo es de difícil análisis, pues se convierte en ardua tarea el identificar qué actividad agrega valor y qué actividad no lo hace.

#### **1.3.6 Basado en los recursos.-**

Este modelo afirma que las empresas pueden llegar a marcar una ventaja competitiva gracias al uso eficiente de los recursos humano, físico, tecnológico, monetario, etc y a la administración de las estrategias adecuadas. Aquí los resultados deben ser difícilmente imitables y muy valiosos.

### **1.3.7 Basado en el conocimiento.- (Know how)**

En este modelo son importantes los conocimientos y los recursos, pero uno especial, es el recurso humano, las competencias del mismo y el capital intelectual es lo que le permitirá a la empresa diferenciarse del resto.

### **1.3.8 Modelo Aperturista.-**

Este modelo se basa en la apertura comercial y financiera de los mercados nacionales, dentro de este modelo se pretende abrir totalmente los mercados de los países de América Latina a capitales extranjeros sin ningún tipo de control.

### **1.3.9 Modelo de ventaja competitiva de las naciones (Michael Porter)**

Michael Porter un profesor estadounidense de la universidad de Harvard, especialista en administración de empresas propuso un modelo denominado “El diamante de competitividad”, este modelo sirve para medir y entender la posición comparativa de una nación, es decir su competitividad ante el resto de naciones del mundo, este modelo también se puede utilizar para regiones geográficas más amplias.

El término ventaja competitiva fue propuesto por Michael Porter en sus estudios acerca de los factores empresariales en el año de 1986 y los clusters (aglomeraciones) empresariales en 1990.

Porter establece una gran diferencia entre la corriente del pensamiento económico tradicional, el cual toma en cuenta a las ventajas comparativas, él afirma que dichas ventajas comparativas son heredadas o ya existentes (disponibilidad de los factores básicos de producción, tales como fuerza laboral o energía barata o recursos naturales.); mientras que las ventajas competitivas son creadas.

Analizando un poco la historia del desarrollo industrial, se percibe claramente una serie de empresas, regiones y países centrados en desarrollar ventajas competitivas. El crecimiento industrial sostenible ha sido difícilmente construido en base a factores heredados. Por regla general, se puede decir que ha sido el resultado de la interrelación de factores y actividades.

¿Pero cuáles son estos factores interrelacionados que Porter toma en cuenta para elaborar el modelo de diamante y los condensa en cuatro factores? A continuación una breve descripción de cada uno de ellos.

## **1. Las estructuras y estrategias de negocios y la rivalidad**

Porter afirma que, una característica común de las economías competitivas es que existe una fuerte competencia entre las firmas nacionales. Las empresas nacionales gozan de ventajas de escala es decir de una amplia producción, pero realmente las condiciones dinámicas y de competencia es lo que impulsa a las empresas a trabajar para incrementar su innovación y productividad; cuanto más localizada la rivalidad es mucho más intensa. Y cuanto más intensa mejor según Porter, obligando a las empresas a desarrollar ventajas dinámicas.

Es la fuerza más importante ya que las estrategias que sigue una empresa tienen éxito en la medida que proporcione una ventaja competitiva sobre las estrategias que aplican las empresas rivales.

## **2. La existencia o la falta de industrias relacionadas de apoyo**

Se refiere a la falta de industrias de proveedores competitivos a nivel mundial que generen ventajas en las industrias secundarias (aquellas que se dedican a la transformación de materias primas en productos procesados) mediante el acceso eficiente, oportuno y rápido a insumos rentables.



Intervienen industrias conexas, son las que prestan servicios como (outsourcing y maquilas) competitivas en el ámbito internacional capaces de coordinar y compartir actividades en la cadena de valor cuando compiten o las que generan productos complementarios

### **3. Las condiciones de los factores**

Éstos incluyen, por ejemplo la disponibilidad de fuerza de trabajo calificada o de una infraestructura adecuada. En este caso, las desventajas en la dotación general de los factores no es necesariamente una desventaja, y éstas pueden inclusive estimular el desarrollo de la competitividad. Si se cuenta con abundante material o fuerza laboral barata, las empresas a menudo caerán en la tentación de basarse solamente en estas ventajas, e inclusive de hacer un uso ineficiente de éstos. Por el contrario, ciertas desventajas (el alto precio de los inmuebles, escasez de fuerza laboral y materia prima) puede forzar a las firmas a comportarse de una manera innovadora. Esto por supuesto presupone que los otros factores estén generando impulsos positivos.

### **4. Condiciones de la demanda**

Mientras más exigentes sean los clientes en una economía, mayor es la presión a la que se enfrentan las empresas con el objetivo de mejorar constantemente su competitividad, una opción es a través de productos

innovadores con una mejor calidad, entre otras características. Además cuanto más localizada sea la competencia las empresas tendrán una mayor presión en cuanto a su nivel de competitividad la cual mejorará de una u otra forma.

Otros factores no menos importantes que se relacionan con el modelo de diamante de Porter son:

#### **El Azar.-**

Se refiere a los eventos imprevistos que tiene toda empresa sin importar su tamaño o su actividad algunos de ellos son las grandes discontinuidades tecnológicas, cambios en los grandes mercados financieros, en las tasas de cambio, que influyen a la final en la empresa, las posibles guerras, éstos eventos repentinos causan de una u otra manera que aquellas empresas que no contaban con una ventaja competitiva ahora si la tengan debido a los cambios y nuevas condiciones producto de los factores antes mencionados.

#### **El Gobierno.-**

El papel del gobierno es de gran relevancia para el desarrollo de una empresa ya que le puede afectar tanto positiva como negativamente de acuerdo a las decisiones que tomen los gobernantes de la nación. El

gobierno por ejemplo puede incidir en los factores empresariales a través de los subsidios, o puede actuar como comprador importante en algunas industrias.

El modelo de diamante de Porter, constituye una base sustentable y apropiada para estudiar la competitividad de las naciones, aunque ha recibido objeciones por parte de otros autores los cuales aseguran que el modelo de Porter está ligeramente desfasado de la realidad, aun así hoy por hoy es el más usado.

En 1990, el economista, publicó los resultados de una intensiva investigación para determinar el porqué algunas naciones triunfan y otras fracasan en la competencia internacional. Se tomo como muestra a 100 industrias en 10 naciones.

Porter sentía que las anteriores teorías de intercambio no explicaban completamente todo. Se hacia preguntas tales como: ¿Porqué Japón tiene tanto éxito en la industria automovilística?, ¿Porqué Suiza exporta en grandes cantidades productos farmacéuticos?

Donde la competitividad de una empresa o grupo de empresas (clústers), se explica por cuatro atributos fundamentales de su ambiente local conocido como el modelo de Diamante de Porter se basa en determinantes específicas de las naciones y en dos variables, las cuales contribuyen de manera decisiva a que un país genere y mantenga ventaja competitiva dentro de un mercado:

**1.- De factor:**

- a.- La cantidad, habilidades y costos de recursos humanos directos e indirectos.
- b.- La abundancia, calidad, accesibilidad y costos de los recursos físicos del país como tierra, agua, depósitos minerales, bosques, energía hidroeléctrica y bancos de peces.
- c.- El nivel de conocimientos que abarca los de tipo científico, técnico y de mercado que inciden en la cantidad y calidad de los bienes y servicios.
- d.- La cantidad y el costo de los recursos de capital disponible para financiar la industria.
- e.- Los factores que repercuten directamente en la calidad de vida de la población como tipo, calidad y costo de la infraestructura para los usuarios como el sistema de comunicaciones, transporte, atención médica entre otras.

**2.- De la demanda:**

- a.- La composición de la demanda en el mercado del país origen, las exigencias de los compradores.
- b.- Tamaño y tasa de crecimiento de la demanda en el país de origen.
- c.- Forma en que la demanda interna se internacionaliza e impulsa los productos y servicios en el extranjero.

**3.-Industrias conexas y de sostén:**

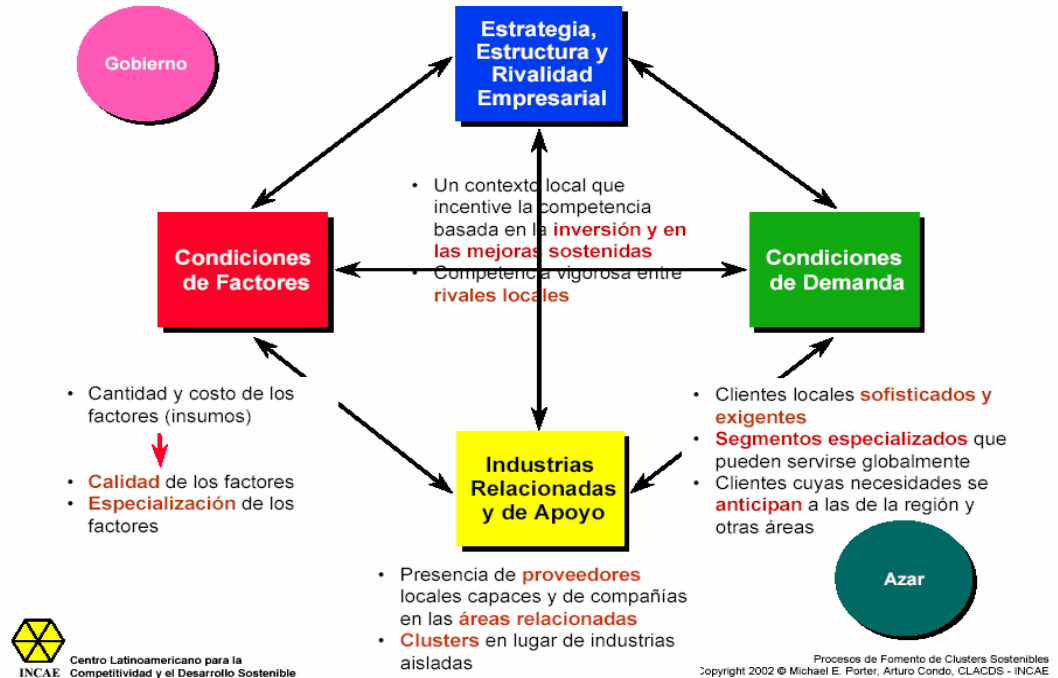
- a.- Industrias de proveedores competitivos a nivel mundial que generen ventajas en las industrias secundarias mediante el acceso eficiente, oportuno y rápido a insumos rentables.
- b.- Industrias conexas competitivas en el ámbito internacional capaces de coordinar y compartir actividades en la cadena de valor cuando compiten o las que generan productos complementarios.

**4.- Estrategia, estructura y rivalidad de las compañías:**

- a.- Las formas “ganar” son administradas y eligen competir.
- b.- Las metas que desean alcanzar y también la motivación de sus empleados y directivos.
- c.- El grado de rivalidad interna, la obtención y conservación de la ventaja competitiva en la industria respectiva.

## GRÁFICO N° 1 GRÁFICO DEL DIAMANTE DE PORTER

### La Competitividad y el Ambiente Empresarial Nacional



Fuente: [www.google.com.ec/](http://www.google.com.ec/) imágenes

### 1.3.10 Modelo de evaluación de los índices nacionales de competitividad

Otros modelos, y quizá los más importantes que hoy en día se usa para medir la competitividad de las naciones son los elaborados por, el Foro Económico Mundial (WEF), y el International Institute for Management Development (IMD)

El objetivo de los índices del WEF y del IMD es el de clasificar a los países en términos de su clima empresarial utilizando para ello un

número importante de atributos condensados en un solo índice. Ambos índices hacen uso de datos específicos y de encuestas de opinión para cuantificar los factores relacionados con la tecnología, infraestructura, calidad de las instituciones públicas y del entorno macroeconómico, entre otros. Los fundamentos teóricos de estos índices resultan muchas veces problemáticos, sin embargo, el valor del análisis depende de la validez teórica que fundamenta a las mediciones y si el análisis de la competitividad es válido, bajo salvedad, los índices cumplen con una función primordial, informar sobre el desempeño y hacer las veces de un benchmarking de las naciones.

#### **1.3.11 Modelo IMD (International Institute for Management Development)**

Dicho modelo afirma que el ambiente competitivo de las naciones es el que crea y mantiene la competitividad de las empresas, las cuales al final son las que asumen la función de creación de bienestar (GARELLI, 2007) a lo que el IMD llama "competitividad de las empresas".

Competitividad de las naciones es un campo del conocimiento económico, que analiza los hechos y políticas que forman la capacidad de una nación para crear y mantener un ambiente que sostenga más creación de valor para sus empresas y más prosperidad para su gente. Esto significa que competitividad analiza, cómo las naciones y las empresas manejan la totalidad de sus competencias para alcanzar prosperidad y beneficios. Algunas naciones apoyan la creación y

mantenimiento de un ambiente que facilite la competitividad de las empresas y motive su sostenibilidad en el largo plazo" (IMD, 2008).

El modelo IMD toma en cuenta la evidente intervención del gobierno además de considerar como dos factores básicos a los sectores de la educación y el conocimiento; busca a través del análisis de cuatro "fuerzas fundamentales" dentro de un país analizar su ambiente competitivo, estas fuerzas son:

- Atractivo vs. Agresivo
- Proximidad vs. Globalidad
- Activos vs. Procesos
- Toma de riesgos individuales vs. Cohesión social

De acuerdo al IMD, la tendencia del ambiente competitivo que está primando es el de las economías de riesgo individual.

Con base en esta teoría y en un conjunto de criterios (2008), el IMD emite en mayo de cada año un ranking de países que combinan información de un gobierno para atraer inversión o motivar el comercio. Al final, el modelo busca de manera sistémica entrelazar las 4 "fuerzas fundamentales" para definir el ambiente competitivo de un país, que se establece cuantitativamente en el *World Competitiveness Report*.



### 1.3.12 Modelo del World Economic Forum (WEF)

La teoría de Porter se puede tomar como la principal corriente en competitividad y es también la base del Foro Económico Mundial (WEF, por su sigla en inglés) y su estudio consignado en el *Global Competitiveness Report*.<sup>14</sup>

El Reporte de Competitividad WEF perteneciente al año 2010-2011 compara 139 economías mundiales y se basa en 12 pilares fundamentales, que más adelante se detallarán, agrupados en 3 grupos que son, requerimientos básicos (instituciones, infraestructura, entorno macroeconómico, salud y educación primaria), promotores de eficiencia (formación y educación superior, eficiencia de los bienes del mercados, eficiencia del mercado laboral, desarrollo del mercado financiero, preparación tecnológica, tamaño del mercado) y factores de innovación y sofisticación (sofisticación de la empresa, innovación).

Los pilares de la competitividad para el WEF, dentro del *Global Competitiveness Index*<sup>15</sup>, son: instituciones, infraestructura, entorno macroeconómico, salud y educación primaria, formación y educación

---

<sup>14</sup> Reporte de competitividad global

<sup>15</sup> Índice de competitividad global

superior, eficiencia de los bienes del mercados, eficiencia del mercado laboral, desarrollo del mercado financiero, preparación tecnológica, tamaño del mercado, sofisticación de la empresa e innovación.

La medición que hace el WEF del ambiente competitivo a nivel micro está basado en una serie de facilitadores: inversión doméstica, exportaciones, importaciones, ingreso de inversión extranjera directa, salida de inversión extranjera directa e innovación doméstica.

Por otra parte, el índice de libertad económica de la *Heritage Foundation* está integrado por datos organizados en 10 categorías, incluidas la tasa impositiva, la política monetaria, la inflación, los derechos de propiedad y el marco regulatorio.

En el último reporte de competitividad presentado por la WEF ubica a los mejores países de la siguiente manera, ubicando a Suiza en primer lugar como la nación más competitiva.

**CUADRO N° 2**  
**PAÍSES MEJOR POSICIONADOS SEGÚN REPORTE WEF 2010-2011**

<b>PAÍS</b>	<b>POSICIÓN</b>	<b>ÍNDICE</b>
Suiza	1	5.63
Suecia	2	5.56
Singapur	3	5.48
Estados Unidos	4	5.43
Alemania	5	5.39
<b>LATINOAMÉRICA</b>		
Chile	30	4.69
Panamá	53	4.33
Brasil	58	4.28
Uruguay	64	4.23
México	66	4.19
Colombia	68	4.14
Perú	66	4.11
Argentina	87	3.95
Ecuador	105	3.65
Bolivia	108	3.64
Paraguay	120	3.49
Venezuela	122	3.48

**Fuente:** Reporte de competitividad global 2010-2011. WEF

La competitividad es el resultado del desarrollo económico y tecnológico experimentado por la sociedades, partiendo de las primeras teorías del comercio internacional difundida por los economistas clásicos. Pero hoy en día el más usado por las diferentes naciones para medir su competitividad es el modelo WEF siendo el más completo y de

fácil medición ya que toma en cuenta los factores principales que inciden en la competitividad de las empresas.

#### **1.4 LA COMPETITIVIDAD GLOBAL WEF (WORLD ECONOMIC FORUM)**

El WEF<sup>16</sup> es una Institución internacional independiente comprometida a mejorar el estado de las diferentes naciones de mundo, a través de la participación en diferentes programas de negocios, con sus principales líderes políticos, y a través de los reportes de competitividad de las diferentes naciones que anualmente publican.

Los reportes publicados por el WEF se basan principalmente en el índice de competitividad, que mide la capacidad de las naciones de brindar mejores condiciones de vida y desarrollo a sus ciudadanos. Al mismo tiempo esta habilidad se basa en que tan productivamente un país utiliza sus recursos disponibles, por lo tanto éste índice mide un conjunto de factores, políticas, instituciones relacionadas etc, las cuales definen los niveles alcanzados de competitividad actuales y a mediano plazo.

La forma en que el WEF calcula los índices, es utilizando información pública disponible y una encuesta de opinión ejecutiva aplicada a los principales empresarios o directivos dueños de las empresas de los

---

<sup>16</sup> World Economic Forum (Foro Económico Mundial)

países en estudio, con la colaboración de una red de instituciones líderes en investigación y organizaciones de negocios.

El informe también presenta una lista exhaustiva de las principales debilidades y fortalezas de las naciones, haciendo posible la identificación de estos aspectos prioritarios a ser sujetos de reformas por parte de los gobiernos competentes

En un entorno económico mundial, es más importante que nunca para los países el poner en marcha los fundamentos que sustentan el crecimiento económico y el desarrollo. El Foro Económico Mundial (WEF), por más de 30 años, jugó un papel facilitador en este proceso proporcionando una evaluación detallada de las actividades productivas potenciales de las naciones en todo el mundo. El informe contribuye a la comprensión de los factores clave que determinan el crecimiento económico, ayuda a explicar por qué algunos países tienen más éxito que otros en elevar los niveles de ingreso y oportunidades para sus respectivas poblaciones, y ofrece a los políticos y líderes empresariales una importante herramienta en la formulación de mejores políticas económicas y reformas institucionales.

El informe del último período 2010-2011, se ha preparado en medio de una incertidumbre de la economía global, debido a la crisis económica mundial, y a la recesión, además el crecimiento de las avanzadas

economías continua siendo lento ya que continúan inmersas en factores como la pobreza, desempleo, debilidad de la demanda, y la deuda externa; dicho reporte cuenta con la intervención de 139 economías, por ende constituye el más completo de este tipo

Así, las 30 mejores economías según el reporte del período 2010-2011 pertenecen a los países listados a continuación:

- |                   |                            |
|-------------------|----------------------------|
| 1. Suiza          | 16. Australia              |
| 2. Suecia         | 17. Catar                  |
| 3. Singapur       | 18. Austria                |
| 4. Estados Unidos | 19. Bélgica                |
| 5. Alemania       | 20. Luxemburgo             |
| 6. Japón          | 21. Arabia Saudita         |
| 7. Finlandia      | 22. Corea del Sur          |
| 8. Países Bajos   | 23. Nueva Zelanda          |
| 9. Dinamarca      | 24. Islandia               |
| 10. Canadá        | 25. Emiratos Árabes Unidos |
| 11. Hong Kong     | 26. Malasia                |
| 12. Reino Unido   | 27. China                  |
| 13. Taiwán        | 28. Brunei                 |
| 14. Noruega       | 29. Irlanda                |
| 15. Francia       | 30. Chile                  |

#### **1.4.1 Pilares de Competitividad**

El alcanzar y sostener la ventaja competitiva es para el éxito y la supervivencia de las empresas; en una época caracterizada por el cambio, la globalización de los mercados de capitales, de bienes y servicios, la importancia creciente de los costos, la productividad para determinar la capacidad competitiva de cualquier empresa y el cambio tecnológico, las

PYMEs tienen que desarrollar todas sus capacidades de adaptación y de anticipación a fin de competir en mercados cada vez más extensos, dinámicos y exigentes.

Para definir los factores de competitividad, hay que preguntarse ¿De qué depende la competitividad en las PYMEs? , ¿Por qué y para qué medir la competitividad de la PYMEs?

Si bien es cierto, resulta un tanto complicado poder medir la competitividad de una nación, pues existen muchos factores internos como externos que influyen en la misma, más aún de una región determinada, se han creado algunas propuestas, el más usado es el modelo de Competitividad del WEF el cual identifica 12 pilares y los agrupa en tres categorías, de acuerdo a su relevancia dependiendo del desarrollo de la economía en evaluación:

**Requerimientos Básicos para economías basadas en la explotación de recursos:**

### **Instituciones**

La importancia y necesidad de un entorno institucional sólido y justo se ha hecho más evidente durante la crisis económica, dado el papel cada vez más directo que desempeña el Estado en la economía de muchos

países; la calidad de las instituciones tiene una gran influencia en la competitividad de las empresas.

Incluye la competencia entre firmas, calidad y confiabilidad de las instituciones legales y sociales que fundamentan una economía de mercado, las prácticas legales, la competencia, el imperio de la ley y la protección de los derechos de propiedad, toma en cuenta el nivel de corrupción y sensibilidad al crimen organizado, vela por la estabilidad de la institucionalidad legal y política, por existencia de agremiaciones y de organizaciones públicas y privadas, evita el favorecimiento por alguna de ellas, establece controles, y legislación clara para evitar la tendencia a la corrupción, facilita en su gestión la independencia del poder judicial, que permita el enjuiciamiento de quienes defraudan al Estado, establece una legislación que dé la posibilidad a las empresas de defenderse ante el estado, establece reglas de juego claras para la existencia de políticas antimonopolio efectivas.

### **Infraestructura**

Una infraestructura amplia y eficiente es fundamental para asegurar el funcionamiento eficaz de la economía, es un factor importante para determinar la ubicación de la actividad económica y los tipos de actividades o sectores que se puede desarrollar en una determinada economía. Una infraestructura bien desarrollada reduce el efecto de la distancia entre las regiones; además la calidad y la extensión de las



redes de infraestructura causan un impacto significativo en el crecimiento económico.

Este factor mide la cantidad y calidad del sistema de transporte terrestre, marítimo y aéreo, red de telecomunicaciones, generación y distribución de energía eléctrica, facilidades portuarias y de almacenaje y de toda la infraestructura física que pueda afectar positiva o negativamente la productividad de la inversión privada. Determina el grado de eficiencia de la infraestructura en aeropuertos, vial, marítima, ferroviaria y terrestre, y vela por la adecuada utilización de los recursos evitando la politización y el lucro personal. Establece controles para la aplicación de una legislación adecuada en el uso y generación privada de recursos energéticos, acueducto, alcantarillado y gas.

Permite la participación del sector privado en el desarrollo de proyectos que faciliten la adecuación de la infraestructura a escala nacional. Promueve una legislación que proteja el medio ambiente y marque pautas para lograr un equilibrio en el balance social y en la mediación de los costos sociales-ambientales del empresario.

### **Entorno Macroeconómico**

El ambiente macroeconómico sin duda es muy importante para las empresas, y por ende para la competitividad global de un país o nación,

pero los elementos que intervienen en este factor no solo traen ventajas como el aumento de la productividad, sino que la desorganización macroeconómica perjudica a la economía del país. El gobierno no puede brindar servicios eficientes si tiene que hacer pagos con altos intereses en sus deudas, otros factores que de igual manera son negativos en esta sección, son los déficit fiscales del gobierno, tasas de inflación fuera de control, lo cual ocasiona que las empresas no puedan operar de manera eficiente; por ende para que la economía de un país se maneje de forma eficiente el ambiente macroeconómico debería mantenerse estable.

### **Salud y Educación Primaria**

La fuerza de trabajo es de vital importancia en toda organización ya que es el motor principal que mueve a la empresa, es por esto que deben contar con un buen estado de salud, de lo contrario no rendirán, su potencial se reducirá y por ende serán menos productivos, esto afecta directamente a las empresas y a su competitividad, además que trabajadores enfermos representan costo para la empresa.

La inversión en la prestación de servicios de salud es de importancia absoluta no solo para el bienestar humano sino también para el desarrollo económico.

Otro factor de igual importancia que interviene en este pilar es la calidad de la educación básica que recibe la población, ésta es indispensable en la economía actual, ya que a través de la educación básica se aumenta la

eficiencia del recurso humano; por otra parte los trabajadores que por una u otra circunstancia solo han recibido la educación primaria la mayoría se desempeñan en actividades manufactureras y les resulta mucho más difícil adaptarse a procesos y técnicas de producción avanzadas.

La falta de educación básica por lo tanto, constituye una barrera para el desarrollo de negocios.

En el segundo grupo se encuentran los pilares:

### **Promotores de eficiencia para economías basadas en la eficiencia:**

#### **Formación y educación Superior**

Este pilar es vital para aquellas economías que quieren lograr una buena cadena de valor más allá de los simples y tradicionales procesos de producción; en particular, la economía globalizada hoy en día exige a los países una educación de calidad para que genere trabajadores disciplinados capaces de adaptarse rápidamente a un entorno cambiante y competitivo. Este pilar evalúa la tasa de matrícula de tercer nivel, así como la calidad de la educación, además el grado de capacitación que recibe el personal de acuerdo al cargo desempeñado y a su formación profesional, ésta práctica es muy importante y debe ser constante, sin despreocuparse de brindarle siempre a los trabajadores capacitación que

ayudará en la permanente actualización y mejora de las capacidades del recurso humano.

### **Eficiencia de los Bienes del Mercado**

Aquellos países que poseen eficientes mercados de bienes se encuentran bien posicionados y en capacidad para producir la mezcla correcta de productos y servicios; la técnica o método de producción elegido será aquel que sea más barato para un conjunto de factores.

Se refiere también a la organización y asignación de la producción y el consumo de bienes y servicios que surge del juego entre la oferta y la demanda. En una economía de mercado, productores y consumidores coordinan sus planes interactuando en el mercado. Se supone que ambos tipos de agentes económicos asumen el precio de los bienes como un dato dado y, a partir de allí, toman sus decisiones de producción y consumo, maximizando la ganancia en el caso de los oferentes y maximizando la función de utilidad (satisfacción) en el caso de los consumidores.

La eficiencia del mercado también depende de las condiciones de oferta y demanda tales como la orientación al cliente y la sofisticación del comprador por razones culturales o históricas, los clientes pueden ser más exigentes en algunos países que en otros, este

puede crear una ventaja competitiva importante, ya que obliga a las empresas a ser más innovadores y orientadas al cliente y por tanto se impone la disciplina necesaria para lograr la eficiencia en el mercado.

### **Eficiencia del Mercado Laboral**

La eficiencia y flexibilidad del mercado laboral son decisivas para garantizar que los trabajadores darán su mejor esfuerzo y compromiso con la empresa, y al mismo tiempo recibirán incentivos en base a su trabajo.

Este pilar evalúa la eficiencia real y potencial de los recursos humanos y la flexibilidad de los mercados de trabajo. Mide la competitividad del mercado laboral doméstico, relaciona el nivel de los costos laborales con las normas nacionales e internacionales. Evalúa las destrezas, habilidades y el nivel de educación de la mano de obra vinculada. Establece regulaciones en materia salarial que propendan por la contratación de mano de obra calificada y no calificada.

Controla las variables que inciden en el sistema de seguridad social, una mayor flexibilidad en la contratación. Estimula la libertad en los sindicatos y la estabilidad laboral. Facilita la promulgación de leyes que

permitan la contratación de mano de obra en condiciones diferentes a las contempladas en los códigos laborales vigentes.

Los mercados laborales además de ser eficientes deben asegurar una clara relación entre los incentivos de los trabajadores y sus esfuerzos, así como la equidad en la contratación y ambiente laboral entre hombres y mujeres.

### **Desarrollo del Mercado Financiero**

Un sector financiero eficiente asigna y maneja los capitales de los ciudadanos de una nación, así como los recursos provenientes de la inversión extranjera a fines y usos más productivos, a través de proyectos empresariales o de inversión mediante tasas de interés que provoquen el rendimiento esperado. Por lo tanto, las economías requieren de sofisticados mercados financieros que puedan inyectar capital a disposición del sector privado con productos como préstamos, créditos de consumo, sobregiros, etc.

Invertir en cambio tecnológico, en reestructuración industrial, en adecuar la infraestructura del país a las necesidades de un empresario competitivo a escala mundial, exige de nuestros líderes la creación de un sector financiero sólido, guiado por unas políticas firmes y capaz de generar ahorro el cual pueda ser enfocado a la inversión productiva. Además requiere de parte de los empresarios que éstos tengan el

conocimiento profundo del mercado de capitales, la capacidad de negociar, mejorar y conseguir los recursos financieros requeridos para ser invertidos.

La capacidad de ahorro que genera el sistema financiero debe servir de soporte para la financiación de programas de mejoramiento y expansión del sector industrial y económico del país, y para fortalecer el crecimiento y sostenibilidad de las PYMEs.

Con el fin de cumplir éstas y otras funciones el sector bancario debe ser confiable y transparente, y los mercados necesitan una adecuada regulación para proteger a los inversores y otros actores de la economía.

### **Preparación Tecnológica**

La tecnología es uno de los factores de mayor importancia en el desempeño de las PYMEs, debido a que puede marcar la diferencia entre una producción eficiente, con mayor rendimiento, o en el caso de servicios, tener una mayor eficiencia en el uso de los recursos.

La tecnología requiere de personal calificado, gente capacitada para su uso, y que pueda aprovechar su máxima capacidad para desarrollar y elevar el desempeño de las PYMEs; el factor humano marca una gran

diferencia entre una empresa que posee tecnología adecuada a una que no invierte en renovación y capacitación.

En un mundo tan competitivo y globalizado como el de hoy en día, la tecnología se ha convertido en el elemento más importante en el día a día de las personas, y con mayor razón en las empresas a las cuales les permite competir y prosperar. La velocidad con que una economía adopta las diferentes tecnologías existentes para mejorar la productividad de sus industrias, le servirá para ser más competitivo.

La relación entre tecnología, transformación productiva y competitividad internacional se ha hecho evidente. La tecnología tiene un papel protagónico en la creación de ventajas competitivas dinámicas y rápidamente proporciona una competitividad a nivel internacional

### **Tamaño del Mercado**

El tamaño del mercado incide directamente en la productividad de las empresas, especialmente en las grandes ya que por su tamaño están en capacidad de aplicar economías de escala es decir producir más, y vender por cantidad así sea a un precio bajo, por otro lado desde tiempo atrás es conocido que los mercados disponibles a los que pueden atender las empresas se han limitado debido a las fronteras nacionales; hoy en día como consecuencia de la globalización los mercados internacionales se han convertido en un sustituto de los mercados nacionales, es decir



que debido a la apertura comercial (importaciones y exportaciones), lo cual se puede considerar un sustituto de la demanda interna para determinar el tamaño del mercado para las empresas de un país.

Este pilar también se refiere al conocimiento que el empresario tiene acerca del mercado en el que incursiona con sus productos o servicios, a la potencialidad y visión a futuro de los mercados a atender, a la innovación, al conocimiento claro de sus productos y servicios, con las fortalezas y debilidades que éstos exhiben y que afectan su comportamiento en el mercado. La identificación de los segmentos de mercado hacia los cuales enfoca sus productos o servicios, las características geográficas, demográficas, socioeconómicas, psicológicas etc, del mercado actual y potencial, los productos o servicios sustitutos, las políticas comerciales, de producto, de distribución y de comunicación.

### **Factores de Innovación y Sofisticación para economías basadas en la innovación:**

#### **Sofisticación de la Empresa**

Tiene que ver con la calidad de las redes generales de negocios de un país, así como la calidad de las operaciones y estrategias utilizadas por las empresas. La calidad de los negocios de un país, sus redes e industrias de apoyo son medidos básicamente por la cantidad y calidad de los proveedores locales y su grado de interacción. Cuando las

empresas y sus proveedores pertenecientes a un determinado sector están interrelacionados y se desarrollan en grupos geográficamente próximos denominados (clústers) la eficiencia es mayor, se crean mayores oportunidades para la innovación, y las barreras a la entrada de nuevas

empresas se reducen; otro tipo de beneficios es la aplicación de estrategias de marketing, benchmarking, innovación, que fortalecen su cadena de valor.

### **Innovación**

La innovación en la gestión empresarial no es solo la innovación en productos o servicios, también supone la transformación en la forma de gestionar internamente la empresa para alcanzar resultados esperados en procesos internos, como mejorar las instituciones, la construcción de una mejor infraestructura, la reducción de la inestabilidad macroeconómica, mejorar el capital humano, asignación de recursos, gestión de personas o modelos organizativos. etc.

Actualmente, las empresas están obligadas a desarrollar, recursos humanos, herramientas de información y capacidades tecnológicas acordes con los nuevos desafíos de la globalización. De ahí la importancia que tiene el proceso de innovación. Ya que esto implica la renovación y ampliación de procesos, productos y servicios, cambios en

la organización y la gestión y cambios en las calificaciones del capital humano

El carácter innovador tiene su base en que las empresas se interesen por invertir en I&D ya que por medio de esta estrategia se pueden conseguir ventajas comparativas y abarcar mucho más la preferencia del cliente.

Una vez analizado cada uno de los pilares de competitividad que plantea el modelo WEF, es importante afirmar que cada uno de estos no inciden de forma independiente sino que se complementan, como por ejemplo, el pilar 12 innovación, será difícil medirlo si no se cuenta con una buena educación y formación en la fuerza laboral que tiene que ver con el pilar 5.

## **1.5 PERFIL DEL ECUADOR EN EL REPORTE DE COMPETITIVIDAD**

### **GLOBAL WEF 2010-2011.<sup>17</sup>**

#### **1.5.1 Ecuador: Análisis WEF**

El WEF (World Economic Forum), en su reporte de competitividad global 2010-2011, que cubre a 139 naciones, entre las cuales se encuentra Ecuador, destaca lo siguiente:

---

<sup>17</sup> Basado en: Reporte de competitividad WEF 2010-2011.

### Índice de competitividad global

De conformidad a los doce pilares del modelo WEF, se obtiene que Ecuador tiene las siguientes calificaciones en comparación con 139 países

A nivel país	Puntuación	
<b>Requerimientos básicos</b>	<b>92</b>	<b>4.15</b>
1er pilar Instituciones.....	12.....	3.0
2do pilar: Infraestructura.....	96.....	3.2
3er pilar: Entorno macroeconómico.....	55.....	4.8
4to pilar: Salud y educación primaria.....	75.....	5.6

En lo referente a requerimientos básicos, el Ecuador ocupa el puesto 92 de un total de 139 países y en el ranking sobre 7 puntos llega alcanza 4.15

	A nivel país	Puntuación
<b>Potenciadores de eficiencia</b>	<b>115</b>	<b>3.41</b>
5to pilar: Formación y educación superior.....	92.....	3.6
6to pilar: Eficiencia de los bienes del mercado.....	132.....	3.4
7mo pilar: Eficiencia del mercado laboral.....	137.....	3.2
8avo pilar: Desarrollo del mercado financiero.....	115.....	3.4
9no pilar: Preparación tecnológica.....	107.....	3.0
10mo pilar: Tamaño del mercado.....	61.....	3.8

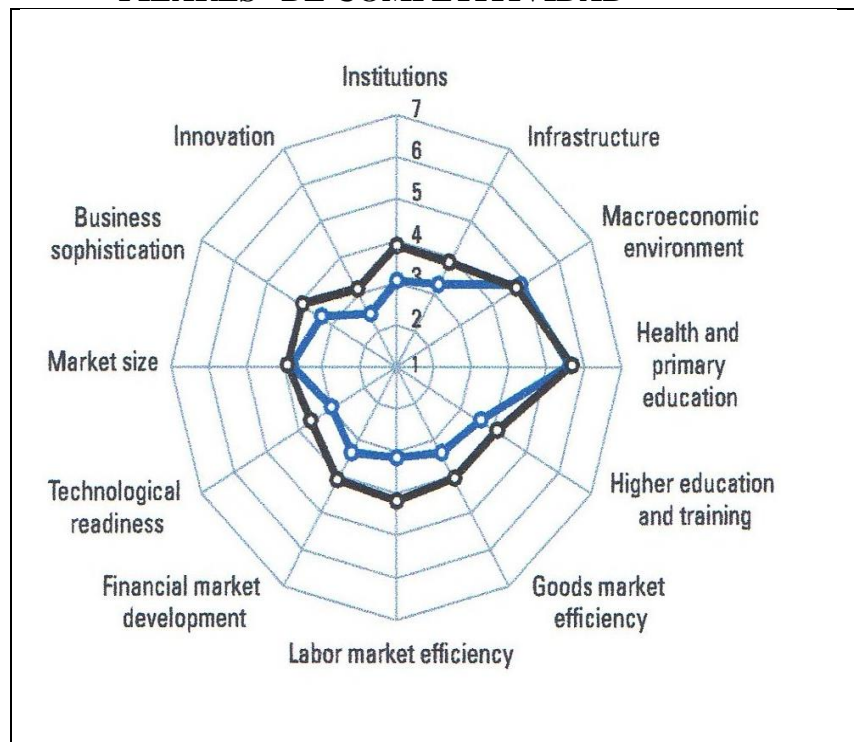
Ecuador en el segundo grupo Potenciadores de eficiencia se ubica en el puesto 115 y en el ranking alcanza un 3,41 sobre 7.

	<b>A nivel país</b>	<b>Puntuación</b>
<b>Factores de innovación y sofisticación</b>	<b>124</b>	<b>2.89</b>
11avo pilar: Sofisticación de la empresa.....	107.....	3.3
12avo pilar: Innovación.....	130.....	2.4

Ecuador en el tercer grupo Factores de innovación y sofisticación, ocupa el puesto 124, y en el ranking 2,89 sobre 7.

El siguiente gráfico indica la situación de competitividad del Ecuador en comparación con el resto de naciones, medido a través de los 12 pilares que establece el Reporte de Competitividad WEF 2010-2011.

**GRÁFICO N° 2**  
**SITUACIÓN DEL ECUADOR REFLEJADO EN LOS 12**  
**PILARES DE COMPETITIVIDAD**



**Ecuador:** —————

**Resto de naciones:** —————

**Fuente:** Reporte de competitividad global WEF 2010-2011.

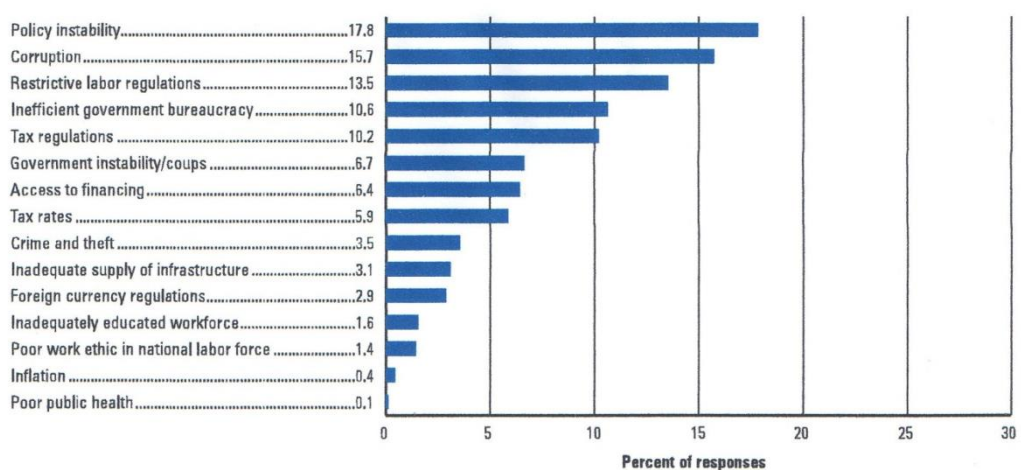
### 1.5.2 Factores más problemáticos a nivel empresarial

Como resultado de este estudio, el WEF ha determinado los factores más problemáticos del Ecuador, los cuales inciden negativamente en el desarrollo y competitividad de las industrias. Ocupa con un 17.8 por ciento en primer lugar la inestabilidad política. En segundo lugar la corrupción, un mal que afecta a todas las naciones pero en especial a

Latinoamérica y con fuerza a nuestro país con un 15,7 del total. Tercero las restrictivas regulaciones laborales con un 13,5. Cuarto la ineficiente burocracia gubernamental tiene el 10,6 por ciento.

Luego sigue con el 10,2 por ciento la normativa tributaria. La inestabilidad del gobierno (golpes de estado), con el 6,7. Acceso a la financiación con un 6,4. La tasa de impuestos llega al 5,9 por ciento. Un mal que ha ido tomando fuerza en los últimos tiempos y que mayor temor ocasiona es sin duda el crimen y la violencia con 3,5 por ciento. En factores más bajos se encuentran, con el 3.1 por ciento la inadecuada dotación de infraestructura; 2,9 regulaciones de moneda extranjera; 1.6 inadecuada educación de la fuerza laboral; 1.4 la falta de ética en la fuerza laboral local; 0.4 para la inflación y; finalmente con un 0.1 por ciento la deficiente atención en el ámbito de la salud pública.

**GRÁFICO N° 3**  
**FACTORES MÁS PROBLEMÁTICOS A NIVEL EMPRESARIAL**



**Fuente:** Reporte de competitividad global WEF 2010-2011.

## **2. CARACTERISTICAS DEL SUBSECTOR C 20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS**

### **2.1 TRAYECTORIA DE LA MANUFACTURA EN EL ECUADOR EN LOS ULTIMOS 5 AÑOS**

#### **2.1.1 Definición de la Industria Manufacturera**

El término manufactura como tal se refiere a la transformación de materias primas en un producto totalmente terminado que ya está en condiciones de ser destinado a la venta.

Abarca la transformación física o química de materiales, sustancias o componentes en productos nuevos. Los materiales, sustancias o componentes transformados son materias primas procedentes de actividades como la agricultura, la ganadería, la silvicultura, la pesca y la explotación de minas y canteras, así como productos de otras actividades manufactureras. La alteración, renovación o reconstrucción de productos se consideran también actividades manufactureras.<sup>18</sup>

La industria manufacturera, después del comercio, es el sector que más aporta a la economía del país; su contribución al producto interno bruto

---

<sup>18</sup> NACIONES UNIDAS, (2009). *Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades Económicas (CIIU) Rev. 4*. Ediciones Naciones Unidas.



nacional es alrededor del 14 por ciento. La rama que más aporta a la producción de este sector es la de alimentos y bebidas.<sup>19</sup>

### **2.1.2 La Industria Manufacturera en el Ecuador**

En los últimos años se ha dinamizado la actividad industrial en el Ecuador debido a que representa un pilar fundamental para la economía del país, después de las actividades de agricultura, ganadería silvicultura y pesca que representan el sector primario, se encuentran las dedicadas a la industria, entre ellas las de manufactura.

El Banco Central del Ecuador (BCE) para el 2011 prevé que la manufactura aportará con USD 5 919 millones en el Producto Interno Bruto (PIB), es decir, 504 millones de dólares más que lo alcanzado en el mismo período en 2010.

Entretanto, se estima que las compañías dedicadas a la Fabricación de productos químicos, de caucho y plástico aportarán a la economía con USD 436 millones de dólares, lo que equivale a un 10,3 por ciento de expansión. Mientras que la producción de papel tendrá una expansión del 5,2 por ciento.<sup>20</sup>

---

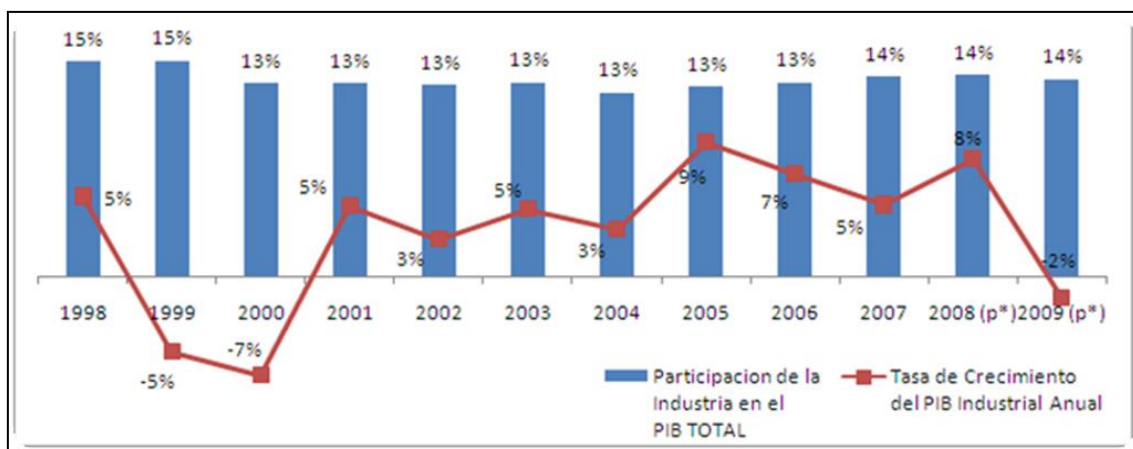
<sup>19</sup> [http://www.cig.org.ec/archivos/documentos/\\_\\_\\_sector\\_industrial\\_web.pdf](http://www.cig.org.ec/archivos/documentos/___sector_industrial_web.pdf)

<sup>20</sup> ANDES: Agencia publica de noticias del Ecuador y Suramérica <http://andes.info.ec/economia/manufactura-generara-usd-5-919-millones-este-ano-segun-el-banco-central-96150.html>

- **Participación de la Industria Manufacturera en el PIB en Porcentajes**

Conforme al gráfico N° 4 se puede observar que a lo largo de la última década el PIB Industrial mantuvo un crecimiento promedio de 5 por ciento. En el 2009 la participación del PIB del sector manufacturero (excluyendo refinación de petróleo) sobre el PIB Total representó cerca del 14 por ciento, equivalente a US\$ 3.290 millones, esto es un 2 por ciento menos en el 2008.

**GRÁFICO N° 4**  
**PARTICIPACIÓN DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA EN EL PIB EN PORCENTAJES (%)**

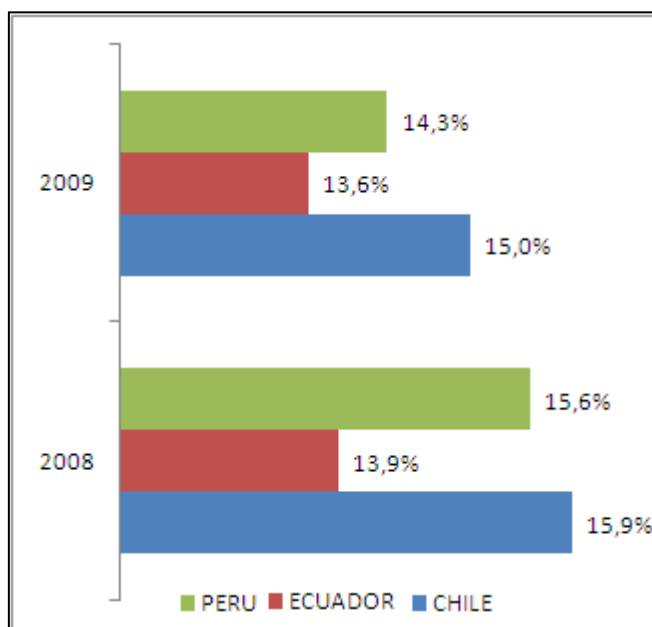


**Fuente:** Banco Central del Ecuador

- **Participación del PIB Manufacturero sobre el PIB Total**

Se puede observar en el siguiente gráfico la participación porcentual del PIB industrial manufacturero en el Ecuador la cual no es muy diferente que en Perú y Chile, el 14.3 por ciento y 15,9 por ciento respectivamente, aunque por el tamaño de sus economías la producción industrial de estos países es mayor que la del Ecuador.

**GRÁFICO N° 5**  
**PARTICIPACIÓN DEL PIB MANUFACTURERO\*/ PIB TOTAL**

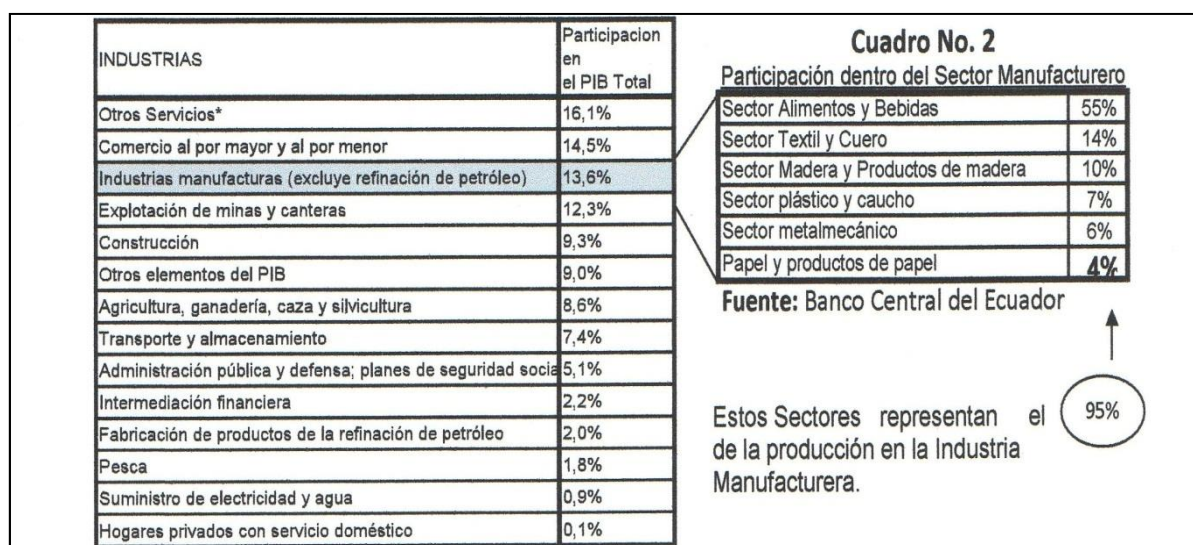


**Fuente:** Banco Central de Chile, Banco Central de Reserva del Perú  
\*Excluye refinación de petróleo

- **Principales Ramas Industriales y su participación en el PIB**

Por sectores, la industria manufacturera esta en tercer lugar entre los más grandes aportantes al PIB total del país, por debajo de los Servicios y el Comercio con 16,1 por ciento y 14,5 por ciento respectivamente. Cuadro No. 3 La explotación de minas y canteras, que incluye, extracción de petróleo ocupa el 4to lugar con 12.3 por ciento del PIB total. El PIB del sector industrial genera más valor agregado que la extracción de petróleo, debido a que en este sector se demanda más mano de obra, existe mayor encadenamiento productivo, mayor infraestructura, etc.

**CUADRO N° 3**  
**PARTICIPACIÓN DE LOS SECTORES ECONÓMICOS EN EL PIB**



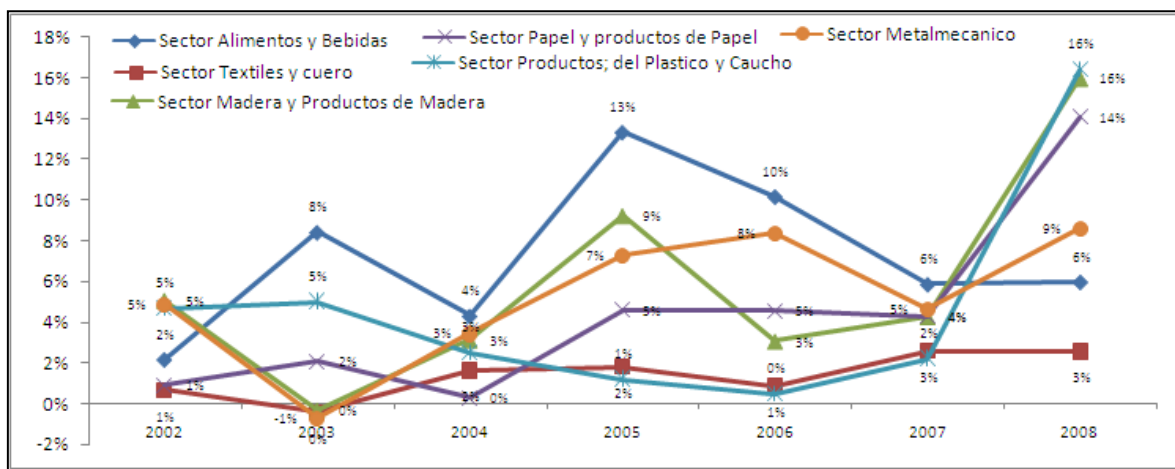
**Fuente:** Banco Central del Ecuador, Precios constantes.

**\*Incluye:** Hoteles, bares y restaurantes; Comunicaciones; alquiler de vivienda; Servicios a las empresas y a los hogares; Educación; y, Salud.

- **Crecimiento de ramas industriales**

Conforme al siguiente gráfico se observa que la rama industrial que más aporta en el PIB manufacturero es Alimentos y bebidas con 55 por ciento, le sigue Textiles y cueros con 14, madera con 10, Plásticos y cauchos con 7, Metalmecánicos 6, y Productos de papel con un 4 por ciento. Todos estos sectores representan el 95 por ciento del PIB industrial manufacturero.

**GRÁFICO N°. 6**  
**CRECIMIENTO DE RAMAS INDUSTRIALES**

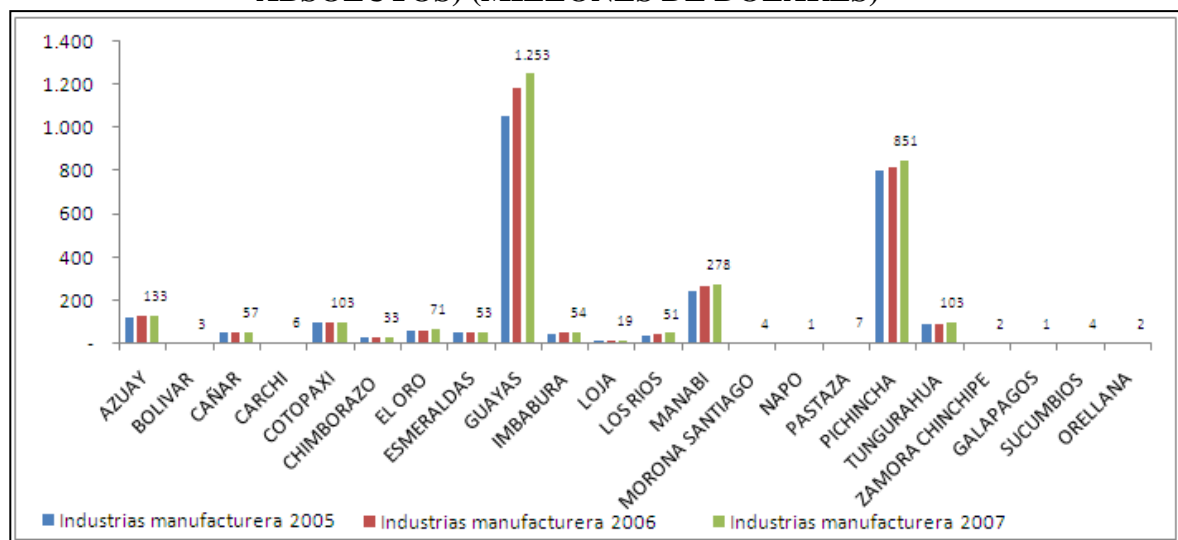


**Fuente:** Banco Central del Ecuador

- **PIB Industrial Manufacturero por Provincias**

En el 2007 las provincias que generaron mayor valor agregado en la industria manufacturera fueron, en valores constantes, Guayas con US\$ 1.253 millones, Pichincha con US\$ 851 millones, Manabí con US\$ 278 millones, Azuay con US\$ 133 millones y Cotopaxi y Tungurahua con US\$ 103 millones cada una, de acuerdo al Gráfico No. 4.

**GRÁFICO N° 7**  
**PIB INDUSTRIAL MANUFACTURERO POR PROVINCIAS (VALORES**  
**ABSOLUTOS) (MILLONES DE DÓLARES)**



**Fuente:** Banco Central Del Ecuador  
 Al 2007

- **Número de compañías en el Ecuador al 2009**

En el siguiente cuadro se aprecia que en el 2009, la Superintendencia de Compañías reportó que en el Ecuador existían 4.475 empresas en el sector industrial, de las cuales 323 son grandes, 2.453 son MIPYMES y 1.621 no están definidas <sup>21</sup>

**CUADRO N° 4**  
**INDUSTRIA EN PORCENTAJES**

<b>INDUSTRIA EN %</b>	
<b>TAMAÑO INDUSTRIA</b>	<b>2009</b>
GRANDE	7,30%
MIPYMES	55,8%
NO DEFINIDA	36,9%

**Fuente:** Superintendencia de Compañías, al 2009

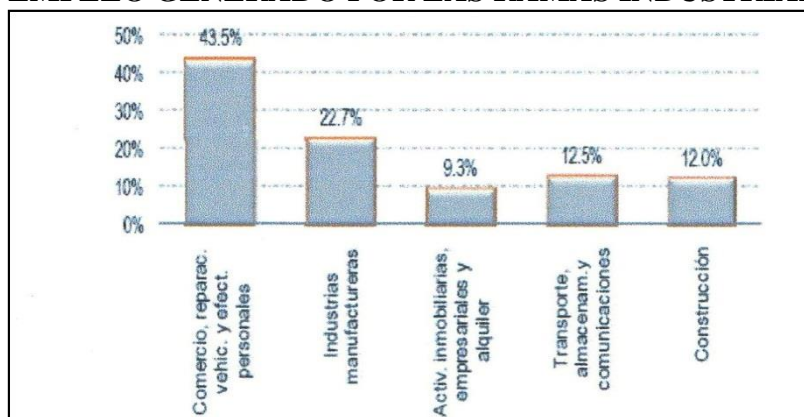
---

<sup>21</sup> (Superintendencia de Compañías) El tamaño de las compañías se calcula en función de los estados financieros correspondientes al año seleccionado, por lo tanto, aquellas compañías que no han presentado estados financieros tienen un tamaño "NO DEFINIDO".

- **Empleo generado por Ramas Industriales**

De acuerdo al siguiente gráfico se tiene que de las cinco ramas más representativas en cuanto a generación de empleo el Comercio, reparación de vehículos y artefactos personales representa un 43,5 por ciento, mientras que las Industrias manufactureras alcanzan un 22,7 por ciento, posicionándose en segundo lugar de importancia.

**GRÁFICO N° 8**  
**EMPLEO GENERADO POR LAS RAMAS INDUSTRIALES**



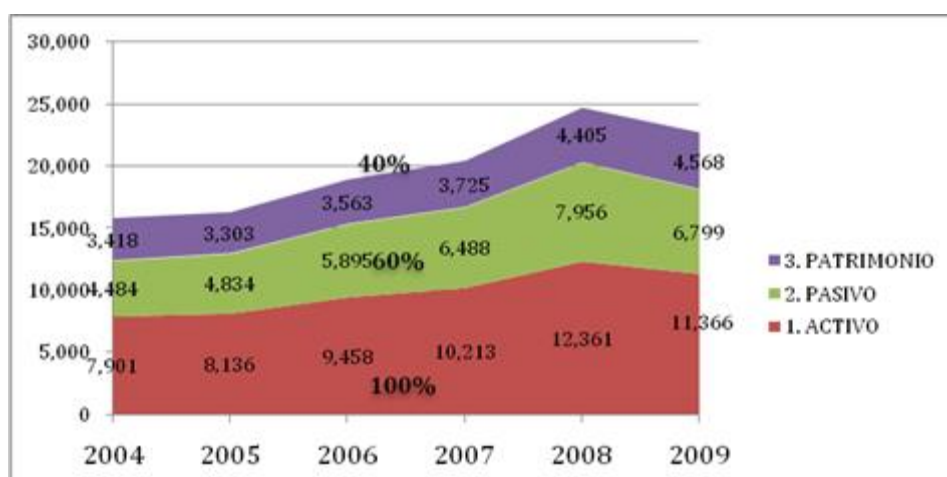
**Fuente:** Banco Central del Ecuador



### 2.1.3 Activos, Pasivos y Patrimonio del sector Manufacturero en el Ecuador.

Los activos del sector manufacturero en el Ecuador tuvieron una tendencia incremental del 2004 al 2008, en el año 2009 se presentó un decremento, llegando a 4,5 millones de dólares, en el Grafico N° 9 se observa además, que el financiamiento a través de recursos propios es en promedio 40 por ciento y por recursos externos un 60 por ciento.

**GRAFICO N° 9  
BALANCE DEL SECTOR MANUFACTURERO  
EN MILLONES DE DOLARES**

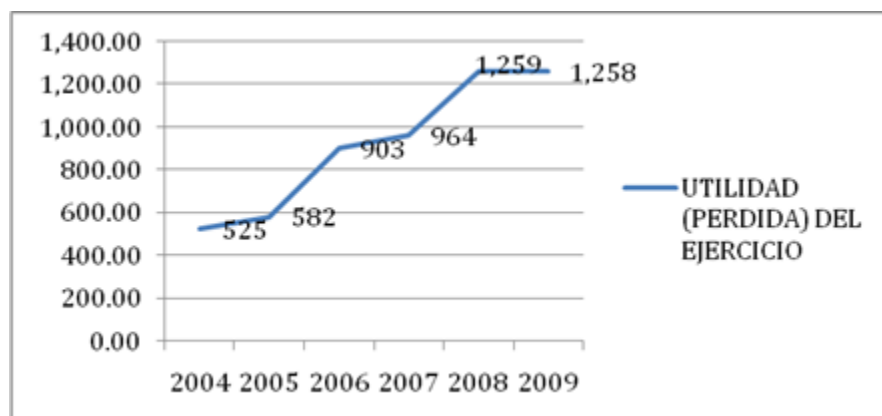


**Fuente:** Superintendencia de Compañías

### 2.1.4 Utilidades del Sector Manufacturero en el Ecuador

En cuanto a las utilidades del sector manufacturero, se puede decir que se han duplicado desde el 2004 al 2009, esto se debe principalmente al número de compañías nuevas. Por otra parte si se mide la rentabilidad sobre las ventas del sector se puede decir que pasa de 5 por ciento en el 2004 a 8 por ciento en el 2009.

**GRAFICO N° 10**  
**UTILIDADES DEL SECTOR MANUFACTURERO**  
**EN MILLONES DE DÓLARES**



**Fuente:** Superintendencia de Compañías

**Elaborado por:** María Sol Padilla

## **2.2 TRAYECTORIA DEL SUBSECTOR C20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS**

### **Reseña Histórica**

El concepto de una "sustancia química" se estableció firmemente en el siglo XVIII, después del trabajo realizado por el químico Joseph Proust sobre la composición de algunos compuestos químicos puros como el carbonato básico de cobre.

Más tarde, con el avance de los métodos de síntesis química, especialmente en el ámbito de la química orgánica, el descubrimiento de muchos más elementos químicos y nuevas técnicas en el ámbito de la química analítica utilizada para el aislamiento y la purificación de los elementos y compuestos de los productos químicos que llevó a la creación de la química moderna.

En nuestro país el sector dedicado a la Fabricación de sustancias y productos químicos es uno de los más grandes dentro de las actividades industriales las sustancias y productos químicos han logrado avances y progresos que benefician a todos, con productos como detergentes, disolventes, colorantes, un sinnúmero de productos para cultivos como fungicidas, abonos etc; además de medicinas, adhesivos, productos

cosméticos, plásticos, vidrios y un sin fin más de productos que se utilizan en las actividades cotidianas.

### 2.2.1 APORTES DEL SUBSECTOR A LA ECONOMÍA

- **Aporte al PIB del Subsector**

De acuerdo al siguiente extracto del anexo N° 2 se observa que la participación por parte del sector C 20 Sustancias y productos químicos en el PIB Nacional, en el año 2008 fue de \$ 331.621, en el 2009, \$ 361.438 mientras que en el 2010 alcanzó un valor de \$ 395.242 y en lo que va del año 2011, se prevé un valor de \$ 436.169, lo que refleja un claro aumento en el aporte del subsector estudiado.

**CUADRO N° 5**  
**PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONOMICA**  
Miles de dólares

Ramas de actividad \ Años	2008	2009	2010	2011
CIIU CN	(p)	(p)	(p)	(prev)
<b>A. Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca</b>	<b>3.478.163</b>	<b>3.524.772</b>	<b>3.824.255</b>	<b>4.052.843</b>
<b>C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)</b>	<b>5.003.982</b>	<b>4.792.863</b>	<b>5.406.723</b>	<b>5.910.807</b>
16. Producción de madera y fabricación de productos de madera	640.623	479.073	565.955	649.135
17. Papel y productos de papel	265.209	276.819	298.645	314.431
<b>18. Fabricación de productos químicos, caucho y plástico</b>	<b>331.621</b>	<b>361.438</b>	<b>395.242</b>	<b>436.169</b>
19. Fabricación de otros productos minerales no metálicos	435.621	430.621	446.164	496.769

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

- **Valor Agregado por Actividad Económica**

Dentro de la Industria Manufacturera, la Fabricación de Maquinaria, equipo y material de transporte; Químicos, plásticos y de caucho; elaboración de bebidas; elaboración de productos de la madera; elaboración de productos minerales básicos, fueron las industrias que presentaron mayor crecimiento en el II Trimestre del 2011.

### CUADRO N° 6

#### VALOR AGREGADO POR ACTIVIDAD ECONÓMICA

Industrias	Variación interanual
A.- Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	5.38
B.- Pesca	13.34
C.- Explotación de minas y canteras	5.39
D.- Industria manufacturera (excluye refinación de petróleo)	5.91
E.- Suministro de electricidad y agua	34.9
F.- Construcción	25.93
G.- Comercio al por mayor y menor	6.85
I.- Transporte y almacenamiento (2)	6.04
J.- Intermediación financiera	12.9
H+K+M+N+O.- Otros servicios (3)	11.88
L.- Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	1.34
P.- Hogares privados con servicio doméstico	2.13
<b>Total VAB (pb)</b>	<b>9.67</b>
Otros elementos del PIB	1.04
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO (P.I.B.)</b>	<b>8.88</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

- **Participación en las Exportaciones**

En el año 2008 las exportaciones del sector fueron de aproximadamente 112 millones de dólares. Entre el período 2004 y 2008 el crecimiento promedio anual de estas exportaciones fue del 10% en valores FOB y del 7 por ciento en cantidades (toneladas métricas). Sin embargo, este crecimiento promedio se debe a las altas exportaciones registradas en el año 2007 ya que en los últimos dos años se puede ver un decrecimiento tanto en términos monetarios como en cantidades.

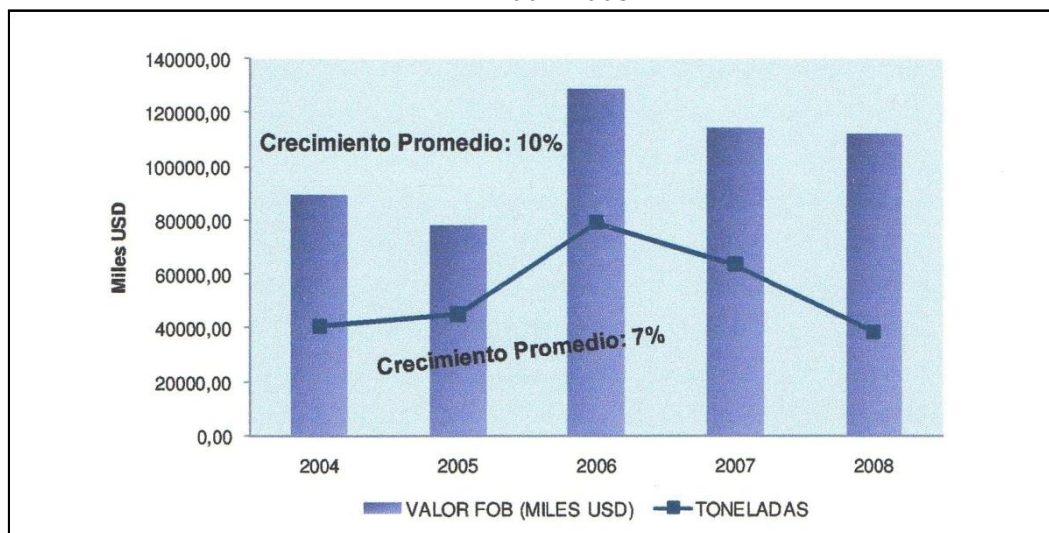
**CUADRO N° 7**  
**EXPORTACIONES ECUATORIANAS DEL SECTOR DE QUÍMICOS**

Período	Valor FOB (Miles USD)	Toneladas	Variación FOB	Variación Toneladas
2004	89,416.52	40,648.69		
2005	77,914.63	45,175.29	- 12.86%	11.14%
2006	128,710.29	79,129.14	65.19%	75.16%
2007	113,795.18	63,613.17	- 11.59%	- 19.61%
2008	111,989.78	38,463.09	- 1.59%	- 39.54%

Fuente: Banco Central del Ecuador – BCE / Sistema de Inteligencia de Mercados (SIM) - CORPEI

Elaboración: CICO (REDCO-PUCE) - CORPEI

**GRAFICO N° 11**  
**EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR DE QUÍMICOS**  
**2004-2008**



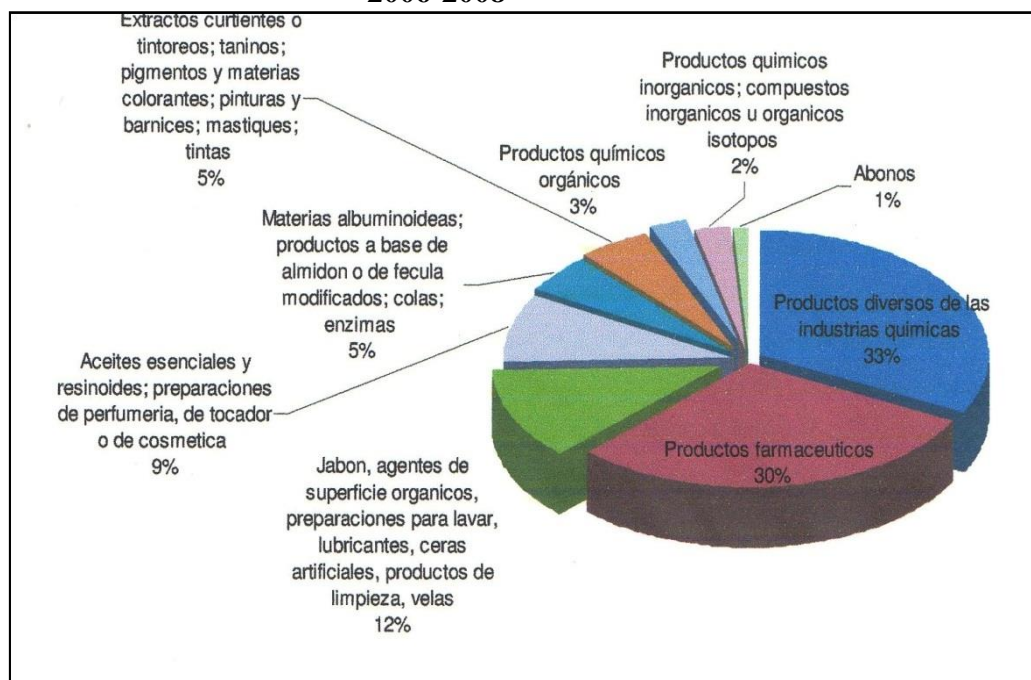
**Fuente:** BCE /SIM (CORPEI)

**Elaboración:** CICO (REDCO-PUCE)-CORPEI

- **Exportaciones por grupos de productos**

Dentro del sector dedicado a la Fabricación de sustancias y productos químicos existen 11 capítulos arancelarios o grupos de productos, de los cuales se destacan las exportaciones de farmacéuticos y los productos diversos de industrias químicas, cada uno representan el 30% y 33% de las exportaciones del sector respectivamente.

**GRAFICO N° 12**  
**EXPORTACIONES ECUATORIANAS**  
**PRINCIPALES GRUPOS DEL SECTOR QUÍMICO**  
**2006-2008**



**Fuente:** BCE/SIM (CORPEI)

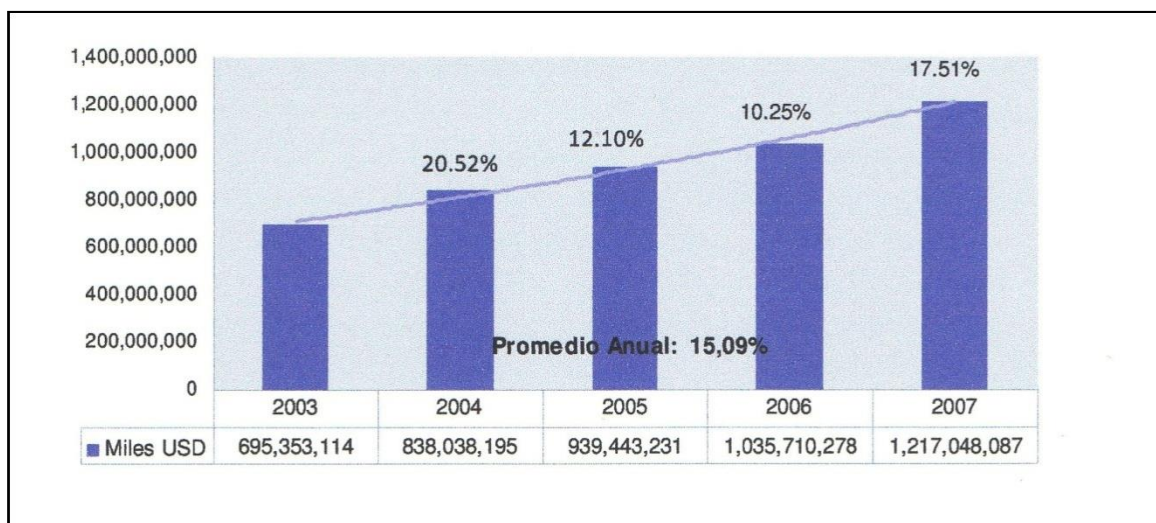
**Elaboración:** CICO (REDCO-PUCE)-CORPEI



- **Evolución de las Importaciones**

Las importaciones de los productos del sector químico-fármaco muestran una tendencia creciente a nivel mundial. En efecto, en el gráfico No.13 se puede ver que las importaciones pasaron de 695.353 millones de dólares en el año 2003 a 1,217.048 millones dólares en 2007; lo que representa un crecimiento promedio anual del 15.09 por ciento.

**GRÁFICO N° 13**  
**EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES MUNDIALES DEL SECTOR QUÍMICO**



**Fuente:** TRADEMAP

**Elaboración:** CICO (REDCO-PUCE)-CORPEI

### **2.2.2 Características del subsector**

El sector químico es uno de los más dinámicos de la economía del país, no solo como transformador de materias primas en productos terminados sino como parte vital de otras cadenas productivas.

La división “C 20” perteneciente a la Fabricación de sustancias y productos químicos, comprende la transformación de materias primas orgánicas e inorgánicas mediante un proceso químico y la formación de productos. Se distingue entre la producción de sustancias químicas básicas, que constituye el primer grupo de actividades industriales, y la producción de productos intermedios y finales mediante la elaboración ulterior de sustancias químicas básicas, que constituye el resto de las clases de actividades

En el siguiente cuadro se observa las diferentes actividades que forman parte del Subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos.

Los diferentes productos fabricados por este subsector se detallan en el Anexo N° 5

**CUADRO N° 8**  
**COMPONENTES DEL SUBSECTOR C20: FABRICACIÓN DE**  
**SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS**

20	Fabricación de sustancias y productos químicos
201	Fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias
2011	Fabricación de sustancias químicas básicas
2012	Fabricación de abonos y compuestos de nitrógeno
2013	Fabricación de plásticos y caucho sintético en formas primarias
202	Fabricación de otros productos químicos
2021	Fabricación de plaguicidas y otros productos químicos de uso agropecuario
2022	Fabricación de pinturas, barnices y productos de revestimiento similares, tintas de imprenta y masillas
2023	Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador
2029	Fabricación de otros productos químicos n.c.p.
203 2030	Fabricación de fibras artificiales

**Fuente:** Reporte de CIIUs, 4ta Revisión de las Naciones Unidas

El sector C20 tiene una alta concentración en las provincias de Guayas y Pichincha, pero en el caso del Distrito Metropolitano de Quito que es el perímetro de estudio en esta investigación se constató durante el trabajo de campo que la gran mayoría de estas PYMEs se ubican en parques industriales del norte y sur de la ciudad.

### **3. ASPECTOS METODOLÓGICOS**

#### **3.1 METODOLOGÍA APLICADA**

La metodología usada en la presente investigación se basó en la investigación de campo exploratoria-inductiva, en la cual se emplearon técnicas de investigación como: la encuesta y la entrevista, mediante llamadas telefónicas o en forma personal se logró citas para la aplicación del cuestionario; tales herramientas permitieron conocer de manera directa la opinión de los propietarios y/o administradores de las PYMEs investigadas del subsector C 20: Fabricación de sustancias y productos químicos, sobre la situación en cuanto a los factores competitivos de cada una de ellas. El análisis investigativo y las estrategias de mejora que se plantean más adelante se convertirán en la aportación de este trabajo para que los responsables tomen medidas correctivas de mejora de la competitividad del subsector.

- **Técnicas de recolección de información**

**Datos Primarios.-** Se refiere a aquellos datos que el investigador obtiene de primera mano es decir directamente de la fuente de información, recolectándolos con instrumentos propios; pueden ser de naturaleza cualitativos y cuantitativos. Los datos cualitativos descriptivos a ser analizados se recopilarán utilizando un cuestionario, y los cuantitativos mediante diferentes herramientas como el gráfico diamante de competitividad, y matriz de perfil competitivo. El cuestionario que se aplicó a los empresarios, cuyo detalle consta en el anexo N° 4 está conformado por 99 preguntas distribuidas en 12 secciones, que son las siguientes:

- Información general
- Factores de Competitividad

Sección 1. Mercado

Sección 2. Mercadeo

Sección 3. Apertura Comercial

Sección 4. Gobierno

Sección 5. De las instituciones

Sección 6. Infraestructura física

6.1. Del Estado

6.2. De la Empresa

Sección 7. Mercado financiero

Sección 8. Eficiencia del Mercado Laboral

Sección 9. Desarrollo Tecnológico

Sección 10. Medio Ambiente

Sección 11. Gestión Gerencial

Sección 12. Comentarios

**Datos Secundarios.-** Son los que ya se han investigado y provienen de fuentes internas o externas y están relacionados con artículos referentes a la actividad de las PYMEs, comprendidos en libros, periódicos, revistas, papers, páginas de internet, estadísticas del INEC<sup>22</sup>, información proporcionada por la Superintendencia de Compañías, así como de entidades públicas y privadas que ayudaron al propósito de la investigación.

### 3.1.1 Trabajo de campo

El trabajo de campo consistió en la recopilación de datos mediante la aplicación de un cuestionario, el mismo que está dirigido a dueños o representantes de las PYMEs de los distintos subsectores del Distrito Metropolitano de Quito, en este caso a los que se relacionan con el C20: Fabricación de sustancias y productos químicos y que constan en la base de datos de la Superintendencia de Compañías. Este trabajo fue

---

<sup>22</sup> Instituto Nacional de Estadística y Censos

posible gracias a las llamadas telefónicas que se hizo a nombre de la Facultad de Ciencias Administrativas y Contables- de la PUCE o en forma personal para conseguir citas para la aplicación del mencionado cuestionario.

El número de empresas que finalmente permitieron realizar la investigación luego de las visitas personales así como también de llamadas telefónicas, fueron 30 empresas; en el Cuadro No. 9 se detallan los motivos por los que se no se alcanzaron el número de encuestas previstas en la Ficha Técnica del Cuadro N° 10.

**CUADRO N° 9**  
**RESUMEN DE LLAMADAS Y VISITAS**

<b>Citas obtenidas y concretadas</b>	<b>30</b>
No desea colaborar	15
No corresponde el número de teléfono	8
No existen / es otro tipo de empresa	3
<b>TOTAL LLAMADAS</b>	<b>56</b>

**Fuente:** Trabajo de campo

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### 3.1.2 Tabulación de datos

Una vez obtenidas las encuestas, los datos se procesaron en el utilitario Excel, y se obtuvieron las tablas y gráficos, que se presentan en el capítulo 4 en datos absolutos y relativos, de modo que sea fácil de compilar.

Debido a la amplitud de las respuestas dadas por los empresarios consultados, en el capítulo 4 se realizaron algunas agrupaciones basadas en significados comunes. Se tienen dos formas de análisis, cuando las respuestas son múltiples o únicas. En las respuestas múltiples, el análisis se realiza por el total de respuestas, y en las únicas, el análisis se refiere a empresarios o empresas, que en este caso son 30.

### 3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA

El universo muestral para el subsector CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, asentadas en el Distrito Metropolitano de Quito fueron obtenidas de la base de datos de la Superintendencia de Compañías del Ecuador. Que tiene un universo de 96 empresas divididas por tamaño. El listado de las empresas se puede ver en el anexo N° 3.

**CUADRO N° 10**  
**FICHA TÉCNICA DE LA POBLACIÓN DEL CIU C20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS**

INFORMACION	DATOS
POBLACIÓN	96
RAMA DE ACTIVIDAD	Industria Manufacturera ( C )
RAMA DE SUBACTIVIDAD	C 20 Fabricación de Sustancias y Productos Químicos
COBERTURA GEOGRÁFICA	Distrito Metropolitano de Quito (DMQ)
AÑO	2011

**Fuente:** Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla



### 3.2.1 Tamaño de muestra para proporciones y poblaciones finitas

Para el cálculo del tamaño de la muestra se empleará la técnica de muestreo probabilístico aleatorio simple, para la población completa verificada de empresas del sector manufacturero de Fabricación de sustancias y productos químicos (CIU C20) utilizando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}{(N-1) \cdot e^2 + Z^2 \cdot p \cdot (1-p)}$$

**Donde:**

**n** = Tamaño de la muestra

**N** = Total de empresas por CIU

**Z<sup>2</sup>** = Desviación estándar

**p** = Probabilidad de éxito

**e<sup>2</sup>** = Límite de aceptación de error muestral

Por tanto, la fórmula de cálculo de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{96 * 1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5)}{(96 - 1) * 0.05^2 + 1.96^2 * 0.5 * (1 - 0.5)} \quad n = 56$$

Mediante la aplicación de esta fórmula a la población señalada en el Cuadro N° 11, se obtiene una muestra de 56 PYMEs a ser investigadas. Mediante números aleatorios, se escogen las empresas a ser encuestadas.

En el Cuadro N° 11 se muestran los datos utilizados y la cantidad de empresas de la muestra:

**CUADRO N° 11**  
**DATOS UTILIZADOS PARA CÁLCULO DE LA MUESTRA**

DATO	SÍMBOLO	VALOR
Población	N	96
Nivel de Confianza		95,00%
Parámetro Crítico	$Z^2$	1,96
Proporción Aceptación	p	0,5
Error máximo	$e^2$	5%
Muestra (n)		56

**Fuente:** Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

### 3.3 MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO

Tiene por objeto, sobre los valores de éxito individuales, tanto de la empresa que se va a comparar, como de los competidores, identificar que variables son decisivas en la determinación de la competencia y que empresa goza de esas fortalezas.

El siguiente es el procedimiento que se sigue para obtener los resultados esperados:

1. Identificación de las cinco empresas competidoras más relevantes.
2. Determinación, mediante consenso, de los factores claves de éxito a analizar, dentro de los grandes temas que se mencionan en el cuadro N° 12.
3. Asignación de una participación porcentual a cada factor clave, con el propósito de poder identificar la importancia de que tiene cada uno dentro del análisis empresarial. La suma de este puntaje deberá ser igual al ciento por ciento.
4. Establecimiento de un valor matemático a la importancia que tiene cada uno de los factores claves que se comparan, los mismos que pueden ir de uno a cuatro.

En cuanto a la asignación del puntaje éste varía conforme a la siguiente escala:

Debilidad muy importante	1	Fortaleza menos importante	3
Debilidad menos importante	2	Fortaleza muy importante	4

5. Multiplicación del puntaje enunciado en el numeral 4 por el peso indicado en el 3, para determinar el valor ponderado por cada variable analizada en cada empresa. El resultado indica la fuerza o debilidad relativa de cada factor.

6. Suma vertical de los resultados ponderados por cada competidor. El total ponderado revela la fortaleza o debilidad de la empresa en comparación con sus competidores. El más alto (4) indica quien es el competidor más amenazante, mientras que el menor (1) revelará al más débil.

Los totales ponderados pueden variar entre 1.0 (el más bajo) a 4.0 (el más alto) y la media equivale a 2.5.

**CUADRO N° 12**  
**MATRIZ DE PERFIL COMPETITIVO**

FACTORES CLAVES DE ÉXITO	Ponderación	EMPRESA		COMPETIDOR 1		COMPETIDOR 2	
		Puntaje	Resultado ponderado	Puntaje	Resultado ponderado	Puntaje	Resultado ponderado
MERCADEO	0.2	3	0.6	2	0.4	2	0.4
I&D	0.2	1	0.2	4	0.8	3	0.6
RECURSOS FINANCIEROS	0.2	2	0.4	2	0.4	4	0.8
SIST. DE INFORMACIÓN	0.1	4	0.4	3	0.3	3	0.3
ADMINISTRACIÓN	0.1	3	0.3	3	0.3	3	0.3
PROCESOS	0.1	2	0.2	2	0.2	3	0.3
RECURSOS HUMANOS	0.1	3	0.2	2	0.2	3	0.3
<b>TOTAL</b>	<b>1.0</b>		<b>2.3</b>		<b>2.6</b>		<b>3.0</b>

**Fuente:** Peña Novoa Hernán, Prácticas presupuestarias para ejecutivos, Volumen I  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

Para la presente investigación se utiliza como factores claves de éxito a los componentes de los pilares de competitividad propuestos por el WEF. La ponderación de cada factor está dada por las variables particulares del subsector analizado. El puntaje de los valores que se comparan son tomados de las respuestas procesadas en el Cap. 4.

La siguiente es la tabla de calificación que se emplea dada en un rango de 1 a 4, para la aproximación al índice de competitividad del subsector C 20:

**CUADRO No. 13**  
**TABLA DE CALIFICACIÓN**

NIVELES DE ACEPTACIÓN ENCUESTA	EQUIVALENCIA	CALIFICACION
76-100%	MUY BUENO	4
51-75%	BUENO	3
26-50%	REGULAR	2
1-25%	DEFICIENTE	1
0%	NS NC	0

**Fuente:** Capítulo 4

**Elaborado** por: María Sol Padilla

Para establecer las brechas competitivas, se toman a los factores claves de éxito y se los agrupa por pilares, de acuerdo a lo establecido por el WEF, y con la media aritmética se determina el valor del índice para cada pilar y luego del subsector.

## 4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 4.1 MERCADO<sup>23</sup>

#### *a). Segmentos de mercado atendidos por la empresa (Anual).*

##### **Segmento de Mercado.-<sup>24</sup>**

Conforme a las cifras que se presentan en el cuadro N°14 y gráfico N°14, las PYMEs correspondientes al CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, atienden mayoritariamente al segmento agrícola con un 19,67 por ciento, seguido del sector de la construcción, metalmecánica y alimentos con un 9,84, 8.20 y 6,56 respectivamente. Los porcentajes restantes atienden a los sectores que puede observarse en el siguiente cuadro.

---

<sup>23</sup> Mercado se refiere al ambiente sea este social o virtual el cual propicia el intercambio de bienes o servicios entre compradores y vendedores a un precio determinado.

<sup>24</sup> Segmento de mercado es el conjunto de personas o empresas que poseen características o variables similares y por ende necesidades semejantes y que, mediante estas características pueden diferenciarse claramente de otros segmentos.

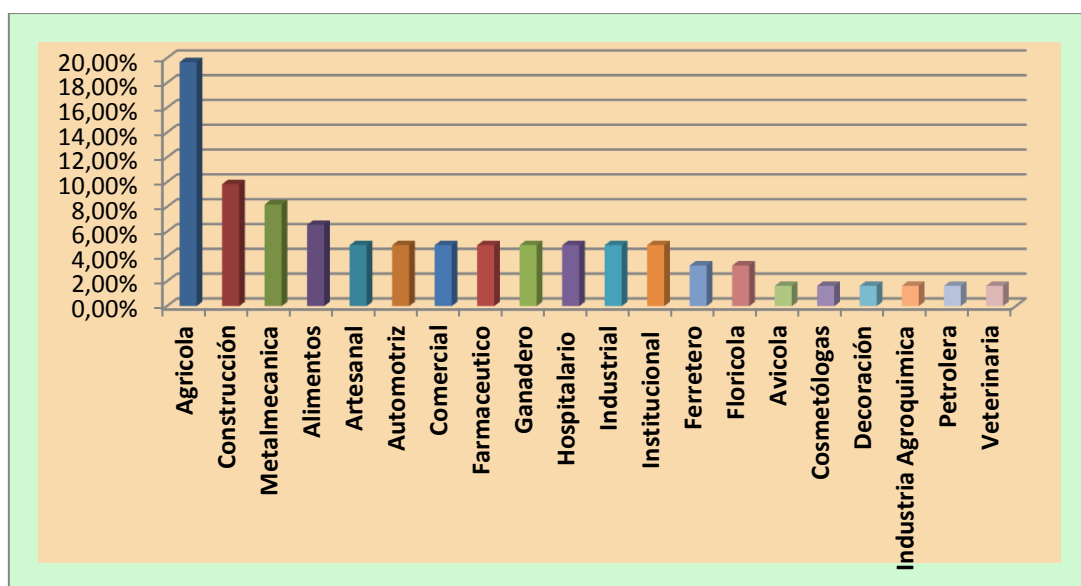
**CUADRO N° 14**  
**SEGMENTOS DE MERCADO ATENDIDOS POR EL SUBSECTOR CIU C20:**  
**FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS**

SEGMENTOS DE MERCADO	PYMEs	
	No. RESPUESTAS	%
Agrícola	12	19,67
Construcción	6	9,84
Metalmecánica	5	8,20
Alimentos	4	6,56
Artesanal	3	4,92
Automotriz	3	4,92
Comercial	3	4,92
Farmacéutico	3	4,92
Ganadero	3	4,92
Hospitalario	3	4,92
Industrial	3	4,92
Institucional	3	4,92
Ferretero	2	3,28
Florícola	2	3,28
Avícola	1	1,64
Cosmetólogas	1	1,64
Decoración	1	1,64
Industria Agroquímica	1	1,64
Petrolera	1	1,64
Veterinaria	1	1,64
<b>TOTAL</b>	<b>61</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

- Nota:**
1. En resumen el subsector Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, recibe del subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, una oferta de productos consolidada del 32,79 por ciento.
  2. El sector correspondiente a Industria Manufacturera recibe del subsector C 20 una oferta consolidada de 37,72 por ciento.
  3. El sector comercial, recibe del subsector C20, una oferta de productos consolidada del 8,20%

**GRAFICO N° 14**  
**SEGMENTOS DE MERCADO ATENDIDOS POR LA EMPRESA**



**Fuente:** Cuadro N° 1  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

*b). Productos ofertados a los segmentos de mercado.*



**Sector: Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.**

**Segmento Agrícola.-**

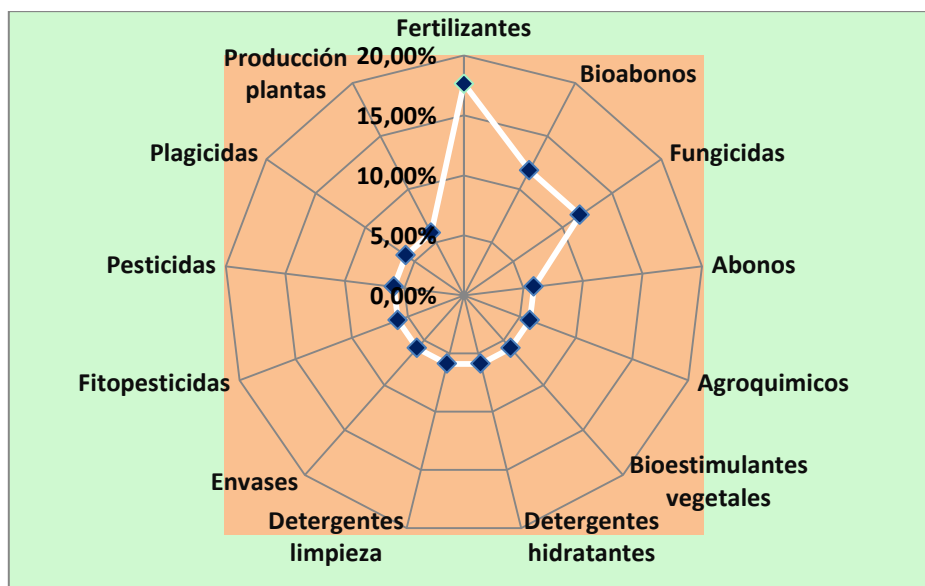
Del 19,67% de productos ofertados por el CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos al sector agrícola el 17,65 por ciento se refiere a fertilizantes; un 11,76% individual a bioabonos y funguicidas y; un 5,88 por ciento para cada uno de los siguientes productos: abonos, agroquímicos, bioestimulantes vegetales, detergentes hidratantes, detergentes de limpieza y envases.

**CUADRO N° 15  
PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO AGRÍCOLA**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>PYMEs</b>	
	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Fertilizantes	3	17,65
Bioabonos	2	11,76
Fungicidas	2	11,76
Abonos	1	5,88
Agroquímicos	1	5,88
Bioestimulantes vegetales	1	5,88
Detergentes hidratantes	1	5,88
Detergentes limpieza	1	5,88
Envases	1	5,88
Fitopesticidas	1	5,88
Pesticidas	1	5,88
Plagicidas	1	5,88
Producción plantas	1	5,88
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 15**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO AGRÍCOLA**



**Fuente:** Cuadro N° 15

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Segmento Ganadero

Del 4,92 por ciento de la oferta del subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos al segmento ganadero, el 100 por ciento corresponde a productos veterinarios.

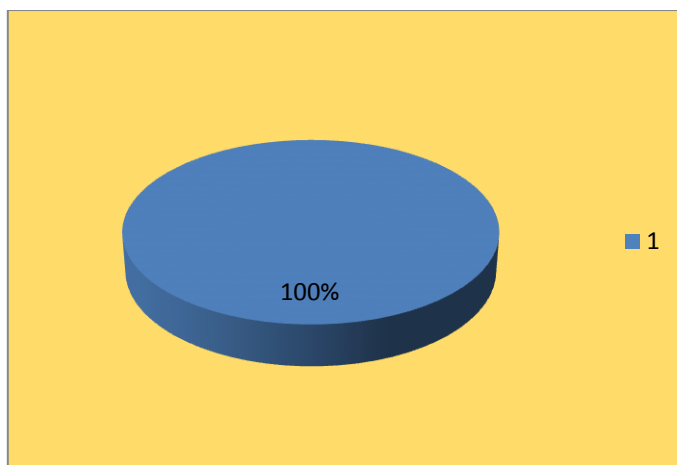
**CUADRO N° 16**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO GANADERO**

PRODUCTOS	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Productos veterinarios	1	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 16**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO GANADERO**



**Fuente:** Cuadro N° 16

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Segmento Avícola

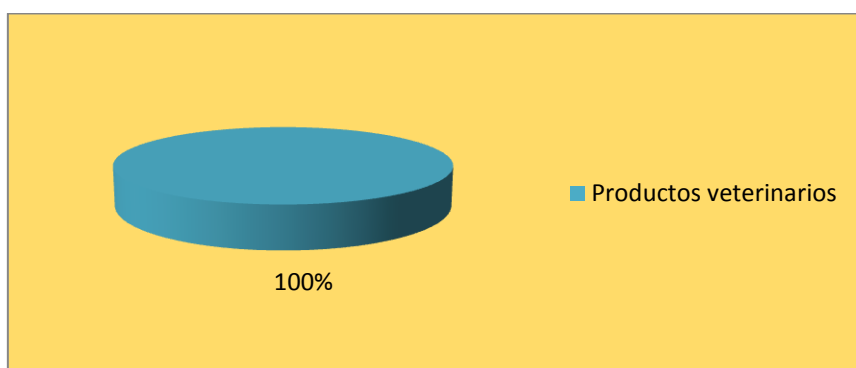
Del 1.64 por ciento de la oferta del subsector C20 el 100 por ciento corresponde a productos veterinarios.

**CUADRO N° 17**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO AVÍCOLA**

PRODUCTOS	PYMEs	
	No. RESPUESTAS	%
Productos Veterinarios	1	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 17**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO AVÍCOLA**



**Fuente:** Cuadro N° 17  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Segmento Florícola

Del 3,28 por ciento de productos ofertados por el CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos el 33,33 por ciento individual corresponde, fertilizantes y detergentes de limpieza; y con un 16,67 por ciento cada uno agroquímicos y fitopesticidas.

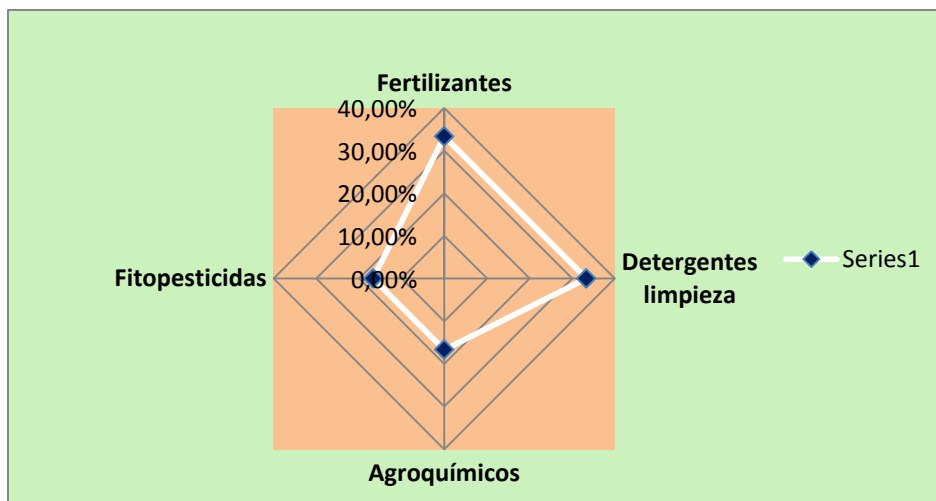
**CUADRO N° 18**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO FLORÍCOLA**

PRODUCTOS	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Fertilizantes	2	33,33
Detergentes limpieza	2	33,33
Agroquímicos	1	16,67
Fitopesticidas	1	16,67
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### GRÁFICO N° 18 PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO FLORÍCOLA



**Fuente:** Cuadro N° 18

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**Nota:** 1. En resumen el sector Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca, recibe del subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, una oferta de productos consolidada del 32,79 por ciento.

## SECTOR CONSTRUCCIÓN

### Segmento Construcción

Del 9,84 por ciento de los productos ofertados por el CIU C 20 al sector construcciones el 33,33 por ciento de respuestas se refieren a pinturas, 25 a revestimientos, 16,67 a esmaltes y; 8.33% a látex, lacas y preservantes de madera, en forma individual.

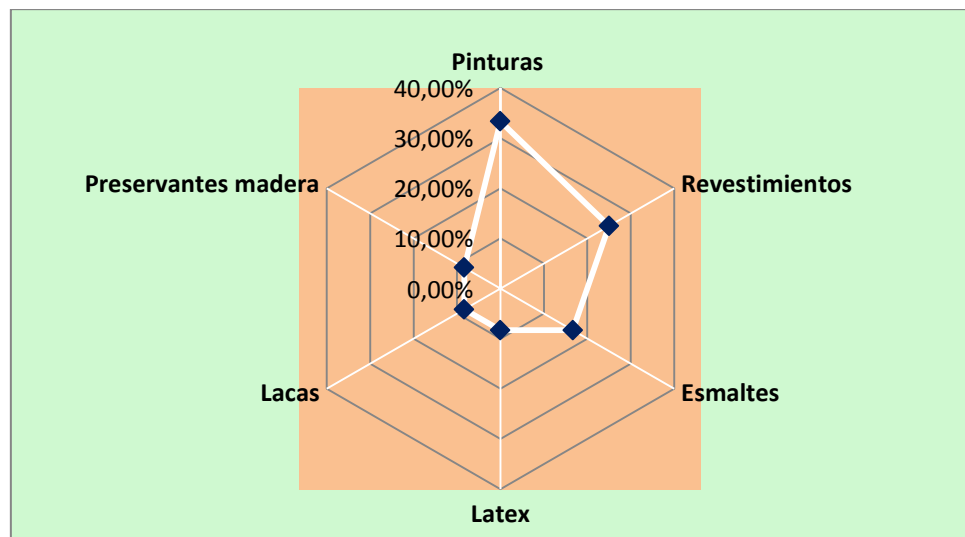
**CUADRO N° 19**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO DE LA**  
**CONSTRUCCIÓN**

PRODUCTOS	PYMEs	
	No. RESPUESTAS	%
Pinturas	4	33,33
Revestimientos	3	25,00
Esmaltes	2	16,67
Látex	1	8,33
Lacas	1	8,33
Preservantes madera	1	8,33
<b>TOTAL</b>	<b>12</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 19**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO DE LA**  
**CONSTRUCCIÓN**



**Fuente:** Cuadro N° 19

**Elaborado por:** María Sol Padilla



## SECTOR INDUSTRIAS MANUFACTURERAS

### Segmento Industria Agroquímica

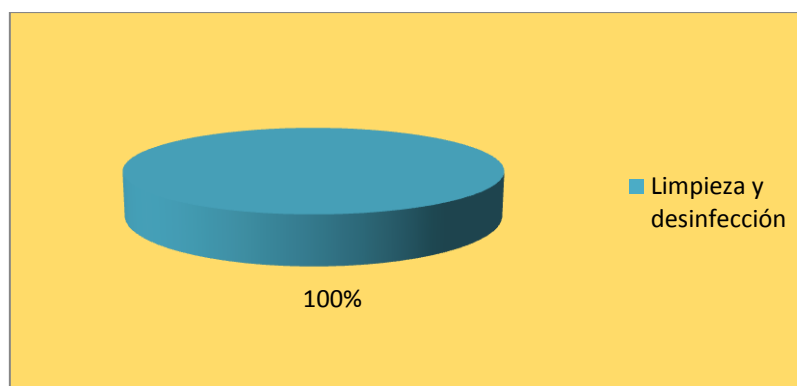
Del 1,64 por ciento de productos ofertados por el CIU C20, el 100% corresponde a productos de limpieza y desinfección.

**CUADRO N° 20**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO INDUSTRIA**  
**AGROQUÍMICA**

PRODUCTOS	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Limpieza y desinfección	1	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 20**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO DE LA**  
**INDUSTRIA AGROQUÍMICA**



**Fuente:** Cuadro N° 20  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Segmento Metalmecánica

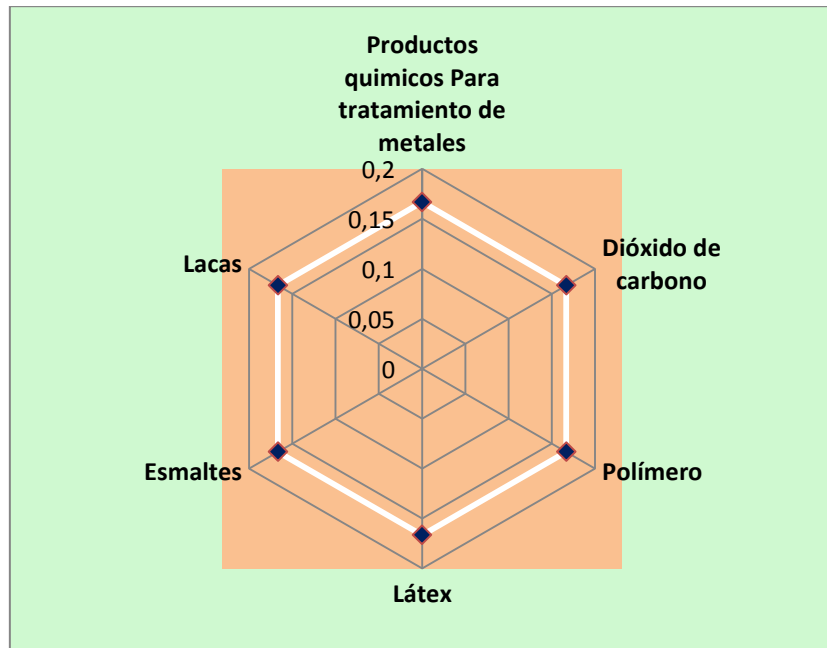
Del 9,84 por ciento de los productos ofertados por el CIU C20 al segmento Metalmecánica, el 16,67 por ciento individual corresponden a productos químicos para tratamiento de metales, dióxido de carbono, polímero, látex, esmaltes, y lacas.

**CUADRO N° 21**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO METALMECÁNICA**

PRODUCTOS	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Productos químicos para tratamiento de metales	1	16,67
Dióxido de carbono	1	16,67
Polímero	1	16,67
Látex	1	16,67
Esmaltes	1	16,67
Lacas	1	16,67
<b>TOTAL</b>	<b>6</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 21**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO METALMECÁNICA**



**Fuente:** Cuadro N° 21

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Segmento Automotriz

Del 4,92 por ciento de los productos ofertados por el CIHU C20 al subsector automotriz Los principales productos que abastecen al sector automotriz el 22,22 por ciento corresponde a desengrasantes; y a solventes, moquetas, perfiles, pinturas, látex, esmaltes, lacas, cada uno con el 11,11 por ciento respectivamente.

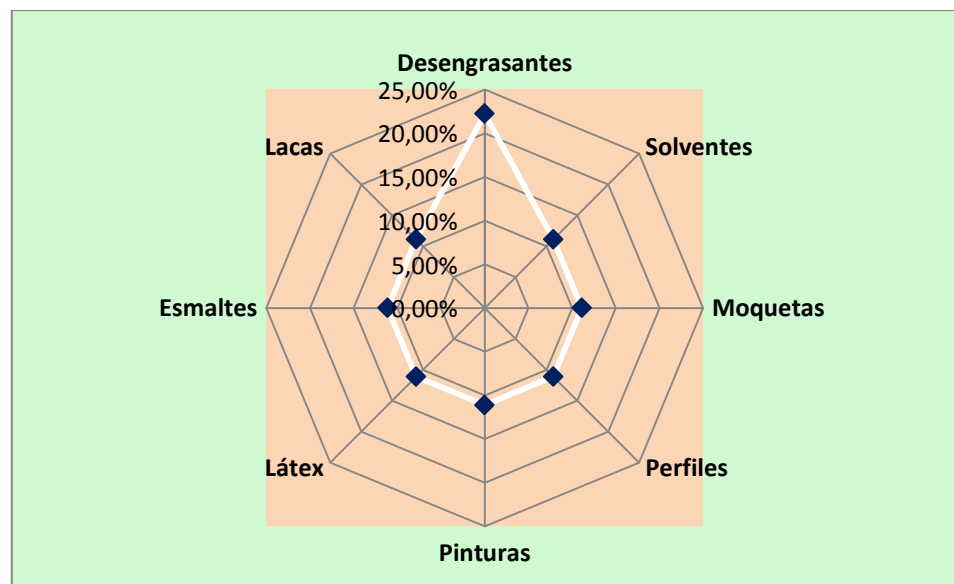
**CUADRO N° 22**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO AUTOMOTRÍZ**

PRODUCTOS	PYMEs	
	No. RESPUESTAS	%
Desengrasantes	2	22,22
Solventes	1	11,11
Moquetas	1	11,11
Perfiles	1	11,11
Pinturas	1	11,11
Látex	1	11,11
Esmaltes	1	11,11
Lacas	1	11,11
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 22**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO AUTOMOTRÍZ**



**Fuente:** Cuadro N° 22

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Segmento Alimenticio

Del 6.56 por ciento de los productos ofertados por el CIU C20 al subsector alimenticio el 28,57 por ciento se refiere a productos de limpieza y desinfección; y luego dióxido de carbono; fundas plásticas; guantes; cristalería plástica, y moldes termoformado cada uno con el 14,29%.

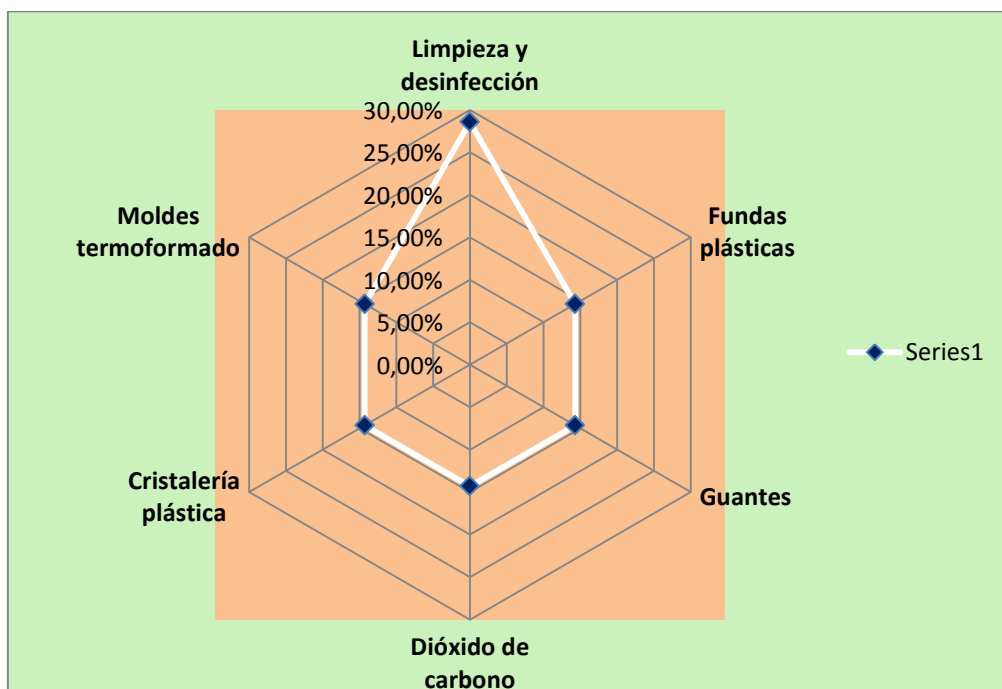
**CUADRO N° 23**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO ALIMENTICIO**

PRODUCTOS	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Limpieza y desinfección	2	28,57
Fundas plásticas	1	14,29
Guantes	1	14,29
Dióxido de carbono	1	14,29
Cristalería plástica	1	14,29
Moldes termoformado	1	14,29
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 23**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO ALIMENTICIO**



**Fuente:** Cuadro N° 23

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Segmento Artesanal

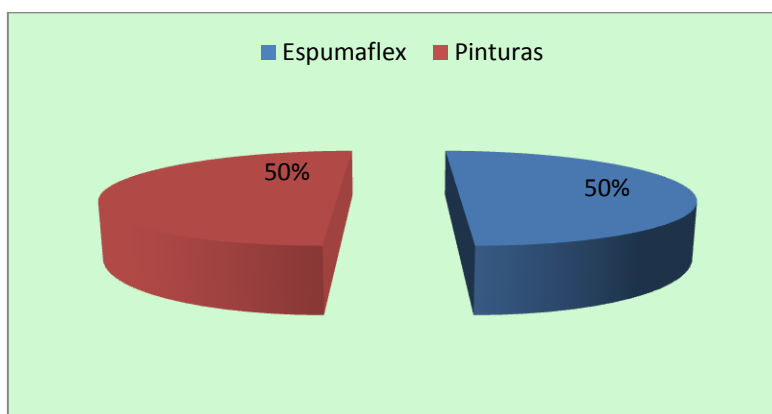
Del 4,92 por ciento de los productos ofertados por el CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos al sector artesanal; espumaflex y pinturas, representa cada una el 50 por ciento del total.

**CUADRO N° 24**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO ARTESANAL**

PRODUCTOS	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Espumaflex	1	50,00
Pinturas	1	50,00
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 24**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO ARTESANAL**



**Fuente:** Cuadro N° 24  
**Elaborado por:** María Sol Padilla



## SEGMENTO REFINERÍA DE PETRÓLEO

La oferta de productos a la refinería de petrolero se concentra en demulsificantes y fosfato en un 50 por ciento cada uno respectivamente.

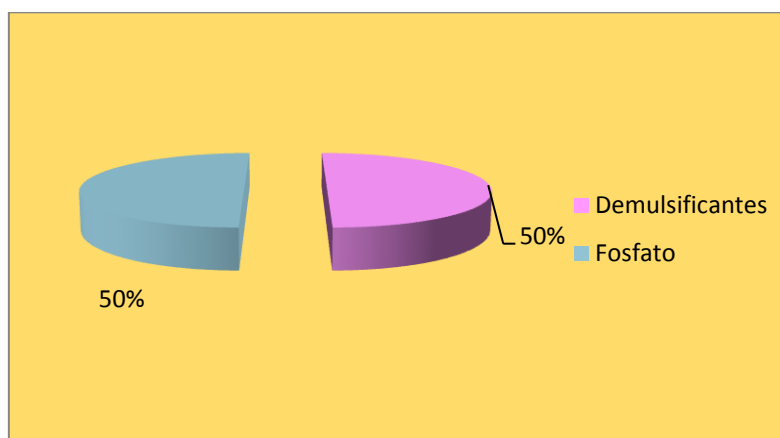
**CUADRO N° 25**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO PETROLERO**

PRODUCTOS	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Demulsificantes	1	50,00
Fosfato	1	50,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 25**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO PETROLERO**



**Fuente:** Cuadro N° 25

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**Nota:** 1. En resumen el sector Manufactura recibe del subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, una oferta de productos consolidada del 37.62 por ciento.

### Sector productos farmacéuticos y medicamentos

Del 4.92 por ciento de los productos ofertados por el CIU C20 Fabricación de sustancias y productos químicos, el 100 por ciento corresponde a medicinas.

**CUADRO N° 26**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO FARMACÉUTICO**

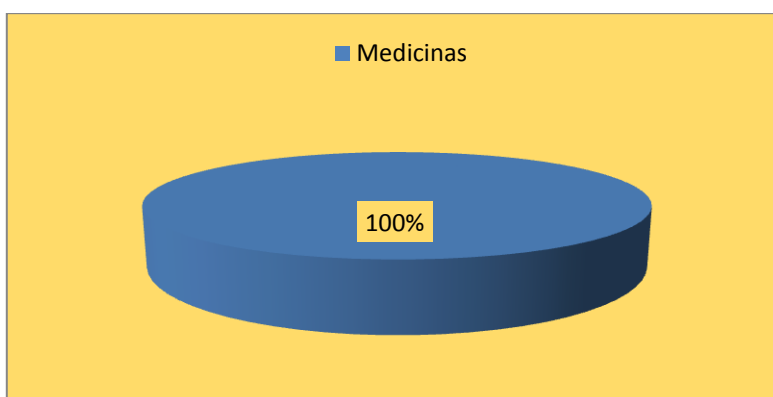
PRODUCTOS	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Medicinas	1	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 26**

### PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO PRODUCTOS FARMACÉUTICOS Y MEDICAMENTOS



**Fuente:** Cuadro N° 26

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Sector industrial

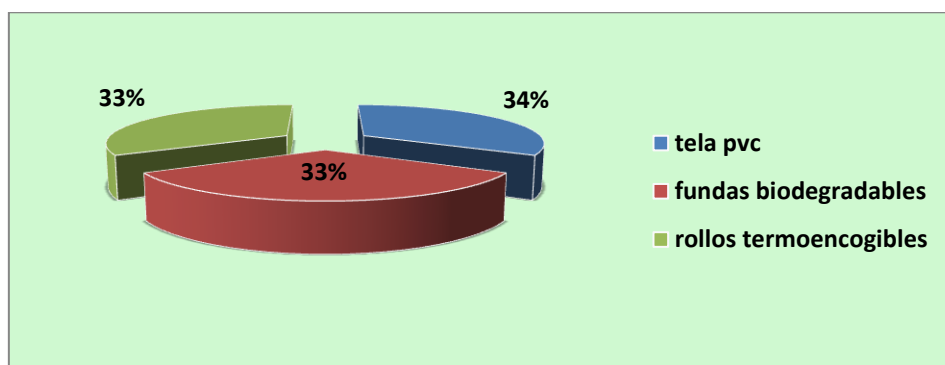
Del 4,92 por ciento de los productos ofertados por el CIHU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, el 33,33 por ciento individual corresponde a tela pvc, fundas biodegradables y, rollos termoencogibles.

**CUADRO N° 27**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO INDUSTRIAL**

PRODUCTOS	PYMEs	
	No. RESPUESTAS	%
Tela pvc	1	33,33
Fundas biodegradables	1	33,33
Rollos termoencogibles	1	33,33
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 27**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO INDUSTRIAL**



**Fuente:** Cuadro N° 27  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**SECTOR: COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR;  
REPARACIÓN DE VEHÍCULOS AUTOMOTORES Y  
MOTOCICLETAS**

**Segmento Comercial**

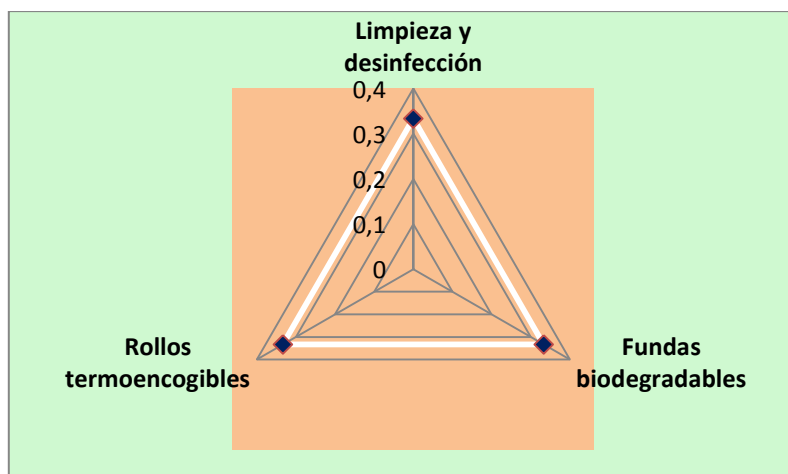
Del 4.92 por ciento de los productos ofertados por el CIU C20, al sector comercial se encuentra que el 33,33 por ciento individual se encuentra en productos de limpieza y desinfección, fundas biodegradables, y rollos termoencogibles.

**CUADRO N° 28  
PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO COMERCIAL**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>PYMEs</b>	
	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Limpieza y desinfección	1	33,33
Fundas biodegradables	1	33,33
Rollos termoencogibles	1	33,33
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 28**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO COMERCIAL**



**Fuente:** Cuadro N° 28  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**Segmento Ferretero**

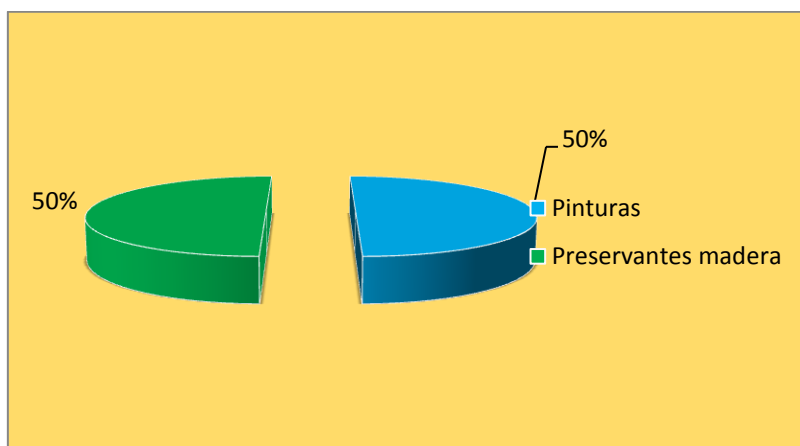
Del 3.28 por ciento de los productos ofertados por el CIU C20: se encuentra que un 50 por ciento individual está concentrado en pinturas y preservantes para madera.

**CUADRO N° 29**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO COMERCIO AL POR MENOR**

PRODUCTOS	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Pinturas	1	50,00
Preservantes madera	1	50,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 29**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO FERRETERO**



**Fuente:** Cuadro N° 29

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**Nota:** 1. En resumen el subsector Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas, recibe del subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, una oferta de productos consolidada del 8.20 por ciento.

## SECTOR ACTIVIDADES DE ATENCIÓN DE LA SALUD HUMANA Y DE ASISTENCIA SOCIAL

### Segmento servicio hospitalario

Del 4,92 por ciento de la oferta del CIU C20, afirman que son los productos de limpieza y desinfección así como el dióxido de carbono los que se atienden a este segmento de mercado con 50 por ciento cada uno.

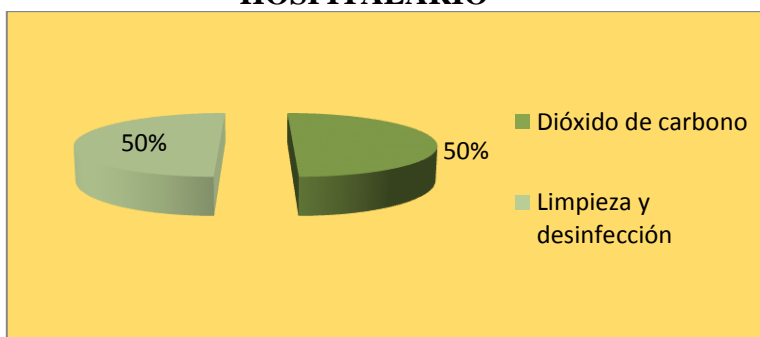
**CUADRO N° 30**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO SERVICIO HOSPITALARIO**

PRODUCTOS	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Dióxido de carbono	1	50,00
Productos de limpieza y desinfección	1	50,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 30**  
**PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO SERVICIO HOSPITALARIO**



**Fuente:** Cuadro N° 30

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**SECTOR DE ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA;  
PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACIÓN  
OBLIGATORIA**

**Segmento Instrucción Pública**

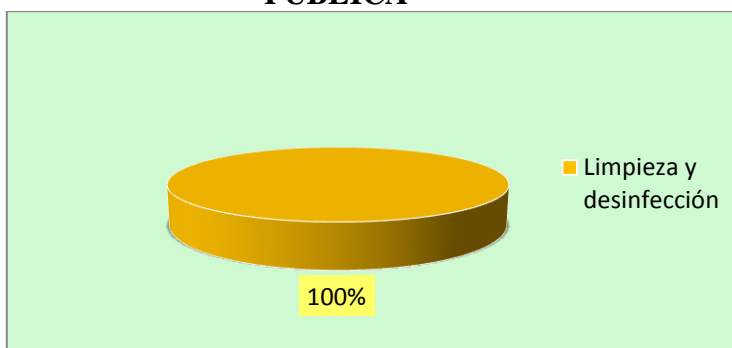
Los colegios, institutos, universidades, etc., son atendidos, por el subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos con el 100% productos de limpieza y desinfección,

**CUADRO N° 31  
PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO INSTRUCCIÓN  
PÚBLICA**

PRODUCTOS	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Limpieza y desinfección	1	100,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 31  
PRODUCTOS OFERTADOS AL SEGMENTO INSTRUCCIÓN  
PÚBLICA**



**Fuente:** Cuadro N° 31  
**Elaborado por:** María Sol Padilla



***c). Principales Compradores***

Conforme a las cifras que se presentan en el cuadro y gráfico N° 32, las PYMEs correspondientes al CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, tienen a sus principales compradores en el segmento de la Industria manufacturera con un total de 22 respuestas, seguido del sector de Comercio con 19 respuestas y el sector de Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con 19 respuestas del total.

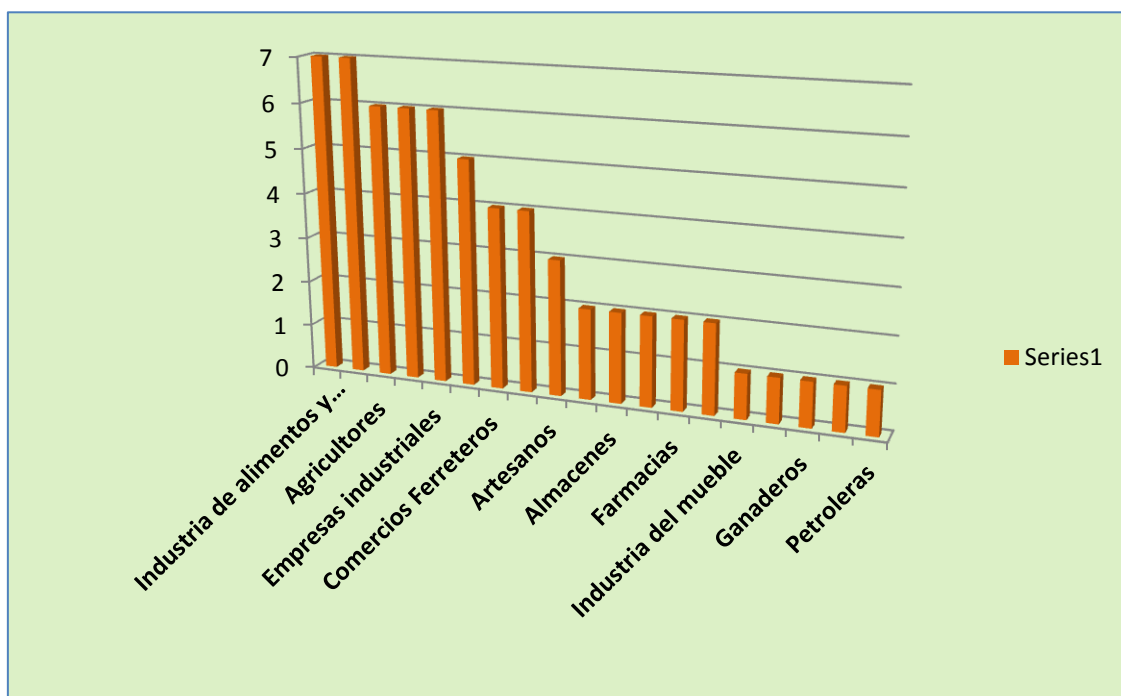
**CUADRO N° 32  
PRINCIPALES COMPRADORES**

<b>PRICIPALES COMPRADORES</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>
Industria de alimentos y bebidas	7
Distribuidores	7
Agricultores	6
Constructores	6
Empresas industriales	6
Floricultores	5
Comercios Ferreteros	4
Comisariatos	4
Artesanos	3
Almacenes Agroquímicos	2
Almacenes	2
Industria automotriz	2
Farmacias	2
Hospitales	2
Industria del mueble	1
Industria línea blanca	1
Ganaderos	1
Metalmecánica	1
Petroleras	1
<b>TOTAL</b>	<b>63</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 32**  
**PRINCIPALES COMPRADORES**



**Fuente:** Cuadro N° 32

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**Nota:**

1. En resumen el subsector de la Industria Manufacturera es el principal comprador de los productos ofertados por el subsector CIUU C 20 con un 35% de participación
2. El sector correspondiente al Comercio ocupa un segundo lugar del total de compradores para del sector C20, con el 30% de participación.
3. El sector, de Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca recibe del subsector C20, una oferta de productos consolidada del 19%

***d). Características por las cuales las PYMEs son reconocidas en el mercado.***

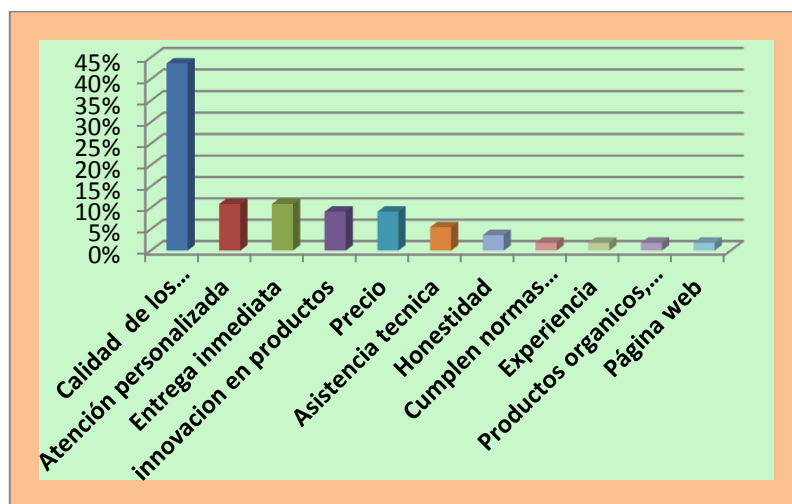
El 43,64 por ciento de las respuestas de las PYMEs confirman que son reconocidas en el mercado local por la calidad de los productos, el 10,91 individual, por atención personalizada y entrega inmediata, el 9,09 individual por innovación y precio. El 5,45 por asistencia al cliente y 3,64 por ciento por honestidad.

**CUADRO N° 33**  
**CARACTERÍSTICAS POR LAS CUALES LAS PYMEs DEL CIU C20 SON RECONOCIDAS EN EL MERCADO DE QUITO**

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>PYMEs</b>	
	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Calidad de los productos	24	43,64
Atención personalizada	6	10,91
Entrega inmediata	6	10,91
innovación en productos	5	9,09
Precio	5	9,09
Asistencia técnica cliente	3	5,45
Honestidad	2	3,64
Cumplen normas internacionales	1	1,82
Experiencia	1	1,82
Productos orgánicos, ecológicos	1	1,82
Página web	1	1,82
<b>TOTAL</b>	<b>55</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 33**  
**CARACTERÍSTICAS POR LAS CUALES LAS PYMEs DEL CIU**  
**C20 SON RECONOCIDAS EN EL MERCADO DE QUITO**



**Fuente:** Cuadro N° 33

**Elaborado por:** María Sol Padilla.

*e). Ventajas de los productos frente a la competencia nacional*

Las principales ventajas competitivas que gozan los productos ofertados por las PYMEs de este sector, frente a los similares de la competencia nacional son la calidad con 28,57 por ciento, ya que los productos poseen características que requieren los clientes; luego el precio con el 12,86, la innovación continua de sus productos con un 11,43; la elaboración de productos biodegradables con el 10,00 por ciento, y con el 8,57 por ciento individual funcionalidad y tecnología.

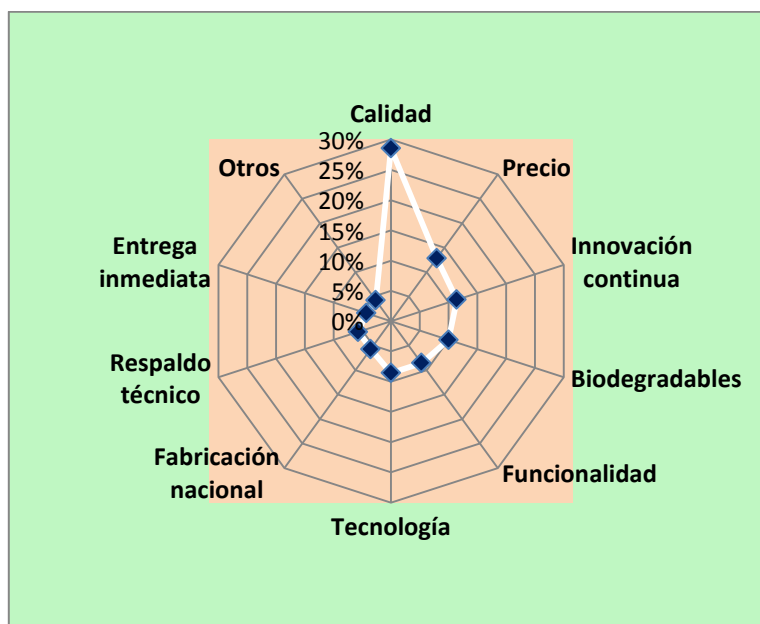
**CUADRO N° 34**  
**VENTAJAS O FORTALEZAS DE LOS PRODUCTOS FRENTE**  
**A LA COMPETENCIA NACIONAL**

<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>PYMEs</b>	
	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Calidad	20	28,57
Precio	9	12,86
Innovación continua	8	11,43
Biodegradables	7	10,00
Funcionalidad	6	8,57
Tecnología	6	8,57
Fabricación nacional	4	5,71
Respaldo técnico	4	5,71
Entrega inmediata	3	4,29
Otros	3	4,29
<b>TOTAL</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 34**  
**VENTAJAS O FORTALEZAS DE LOS PRODUCTOS FRENTE**  
**A LA COMPETENCIA NACIONAL**



**Fuente:** Cuadro N° 34

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*f). Fortalezas de los productos frente a la competencia internacional*

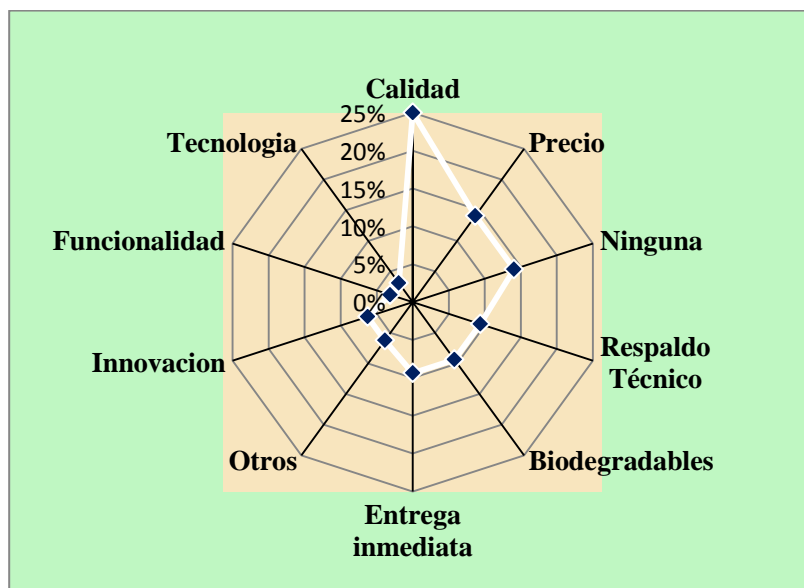
Las principales fortalezas que gozan los productos de las PYMEs en cuestión, frente a sus similares internacionales son, en primer lugar, con un 25 por ciento del total de respuestas la calidad del producto; un 14,06 por el precio el cual es asequible y competitivo, respaldo técnico y biodegradables con el 9,38% cada uno.

**CUADRO N° 35**  
**VENTAJAS O FORTALEZAS DE LOS PRODUCTOS FRENTE A LA COMPETENCIA INTERNACIONAL**

CARACTERÍSTICAS	PYMEs	
	No. RESPUESTAS	%
Calidad	16	25,00
Precio	9	14,06
Ninguna	9	14,06
Respaldo Técnico	6	9,38
Biodegradables	6	9,38
Entrega inmediata	6	9,38
Otros	4	6,25
Innovación	4	6,25
Funcionalidad	2	3,13
Tecnología	2	3,13
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 35**  
**VENTAJAS O FORTALEZAS DE LOS PRODUCTOS FRENTE A LA**  
**COMPETENCIA INTERNACIONAL**



**Fuente:** Cuadro N° 35

**Elaborado por:** María Sol Padilla



**g). Canales de distribución**

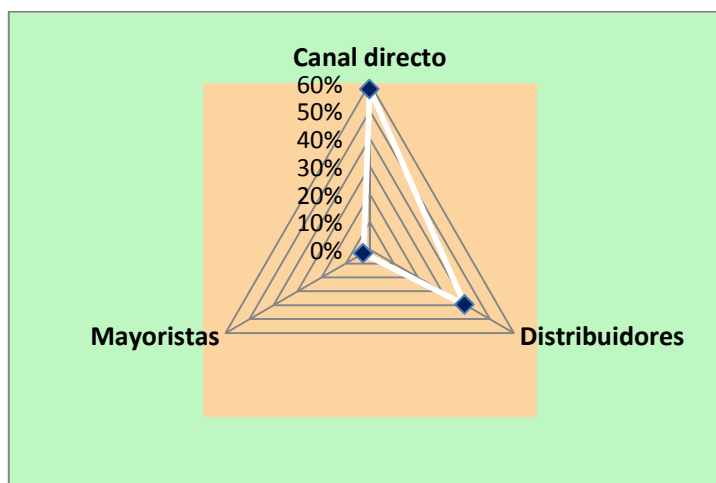
El mayor número de informantes manifiesta que la forma de hacer llegar los productos al consumidor final es, con un 57,89 por ciento, a través de canal directo, es decir relación empresa-consumidor; 39,47 a través de distribuidores y apenas un 2,63% a través de mayoristas.

**CUADRO N° 36**  
**CANALES DE DISTRIBUCIÓN**

CANAL	PYMES	
	No. RESPUESTAS	%
Canal directo	22	57,89
Distribuidores	15	39,47
Mayoristas	1	2,63
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 36**  
**CANALES DE DISTRIBUCIÓN**



**Fuente:** Cuadro N° 36  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***h). Mercados geográficos que cubren las PYMEs a nivel nacional***

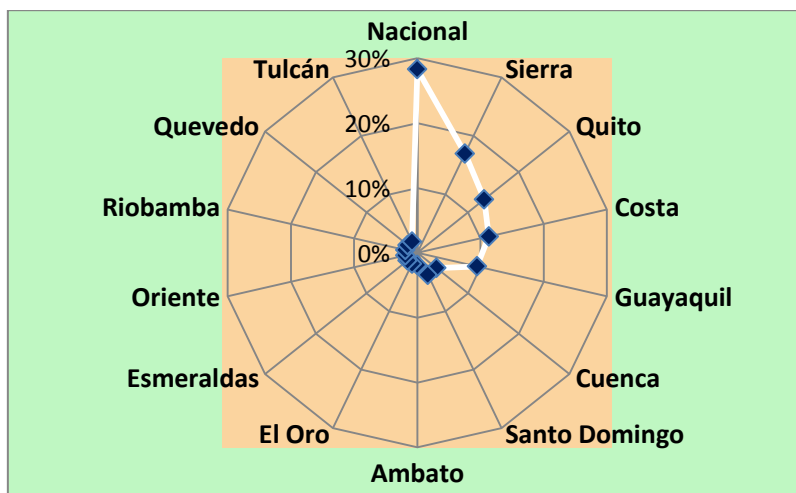
Según el cuadro y grafico N° 25, el 28,30 por ciento de los entrevistados afirman que sus productos se distribuyen en todo el país, el 16,98 cubre la región Sierra, el 13,21 atiende únicamente a la ciudad de Quito, 11,32 a la Costa, 4,43 a Guayaquil y 3,77 por ciento a Cuenca.

**CUADRO N° 37  
MERCADOS GEOGRÁFICOS**

CIUDADES/REGIONES	PYMEs	
	No. RESPUESTAS	%
Nacional	15	28,30
Sierra	9	16,98
Quito	7	13,21
Costa	6	11,32
Guayaquil	5	9,43
Cuenca	2	3,77
Santo Domingo	2	3,77
Ambato	1	1,89
El Oro	1	1,89
Esmeraldas	1	1,89
Oriente	1	1,89
Riobamba	1	1,89
Quevedo	1	1,89
Tulcán	1	1,89
<b>TOTAL</b>	<b>53</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 37**  
**MERCADOS GEOGRÁFICOS**



**Fuente:** Cuadro N° 37

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*i). Dificultades para ingresar y permanecer en el mercado nacional*

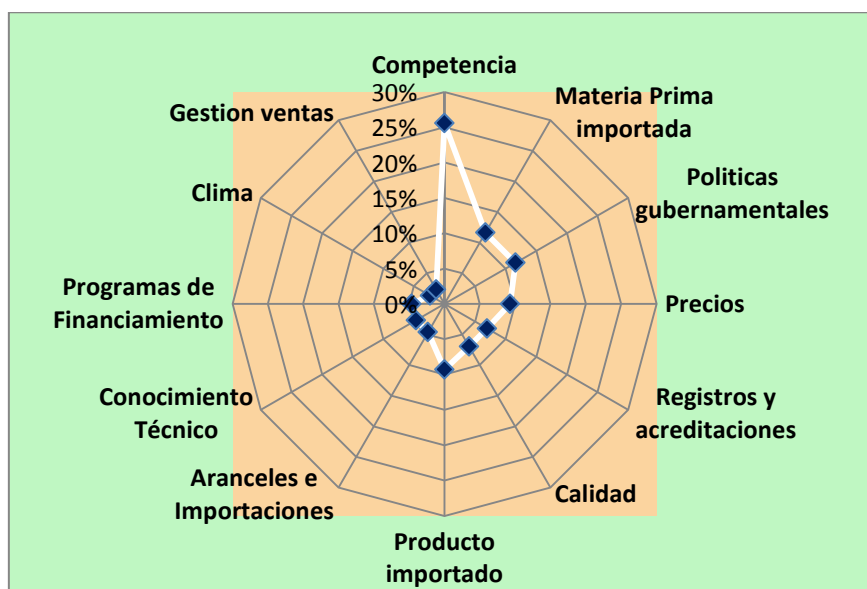
Las barreras que impiden tanto el ingreso como la permanencia en el mercado nacional, con el 25,58 por ciento se reconoce que es la competencia; 11,63 la dependencia y costo de la materia prima importada; con porcentaje similar al anterior las políticas gubernamentales; con un 9,30 los precios; y, con un 6,98 individual afirmó que el costo de registro y la calidad del producto.

**CUADRO N° 38**  
**DIFICULTADES EXISTENTES PARA EL INGRESO Y**  
**PERMANENCIA EN EL MERCADO NACIONAL**

<b>CONCEPTO</b>	<b>PYMEs</b>	
	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Competencia	11	25,58
Materia Prima importada	5	11,63
Políticas gubernamentales	5	11,63
Precios	4	9,30
Registros y acreditaciones	3	6,98
Calidad	3	6,98
Producto importado	4	9,30
Aranceles e Importaciones	2	4,65
Conocimiento Técnico	2	4,65
Programas de Financiamiento	2	4,65
Clima	1	2,33
Gestión ventas	1	2,33
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 38**  
**DIFICULTADES EXISTENTES PARA EL INGRESO Y**  
**PERMANENCIA EN EL MERCADO NACIONAL**



**Fuente:** Gráfico N° 38

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**j). Dificultades existentes para exportar**

Las principales dificultades que encuentran las PYMEs del CIIU C20 para exportar su producción son: Falta de apoyo gubernamental con un 12,96 por ciento, con un 11,11 Trámites de exportación, Capacidad de producción con 9,26 y, con 7,41% para cada uno de los siguientes conceptos Aranceles altos, Normas internacionales y registros. En contraposición a lo dicho hay un 18,52 por ciento que no encuentra Ninguna traba para la exportación y; un 11,11% que No exporta.

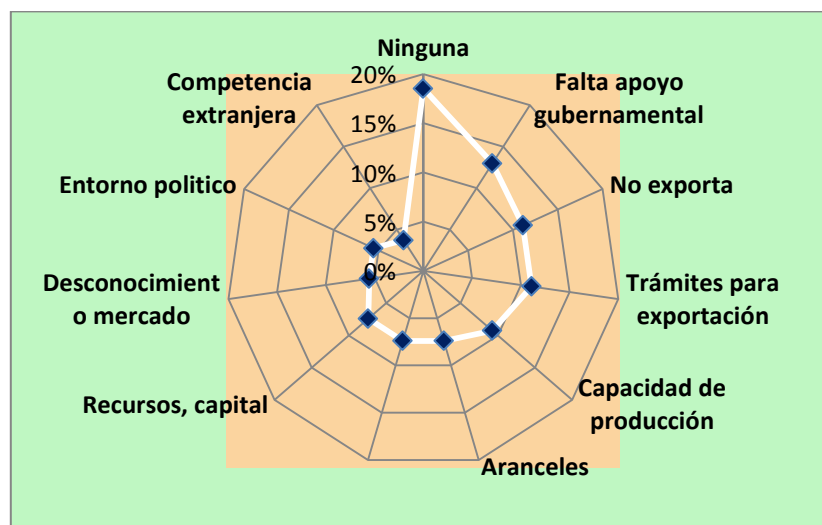
**CUADRO N° 39**  
**DIFICULTADES EXISTENTES PARA EXPORTAR**

CONCEPTO	PYMEs	
	No. RESPUESTAS	%
Ninguna	10	18,52
Falta apoyo gubernamental	7	12,96
No exporta	6	11,11
Trámites para exportación	6	11,11
Capacidad de producción	5	9,26
Aranceles	4	7,41
Registros y Normativas internacionales	4	7,41
Recursos, capital	4	7,41
Desconocimiento mercado	3	5,56
Entorno político	3	5,56
Competencia extranjera	2	3,70
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 39**  
**DIFICULTADES EXISTENTES PARA EXPORTAR**



**Fuente:** Gráfico N° 39

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***k). Fortalezas de la competencia en el ámbito nacional***

El 27,08 por ciento de las PYMEs reconocen que las fortalezas de la competencia nacional se encuentran en el Posicionamiento de la marca, el 20,83 habla de la Disponibilidad de capitales; un 14,58 se refiere al Tamaño de las empresas; y un 12,50% por la Tecnología que poseen.

**CUADRO N° 40**  
**FORTALEZAS DE LA COMPETENCIA EN EL ÁMBITO NACIONAL**

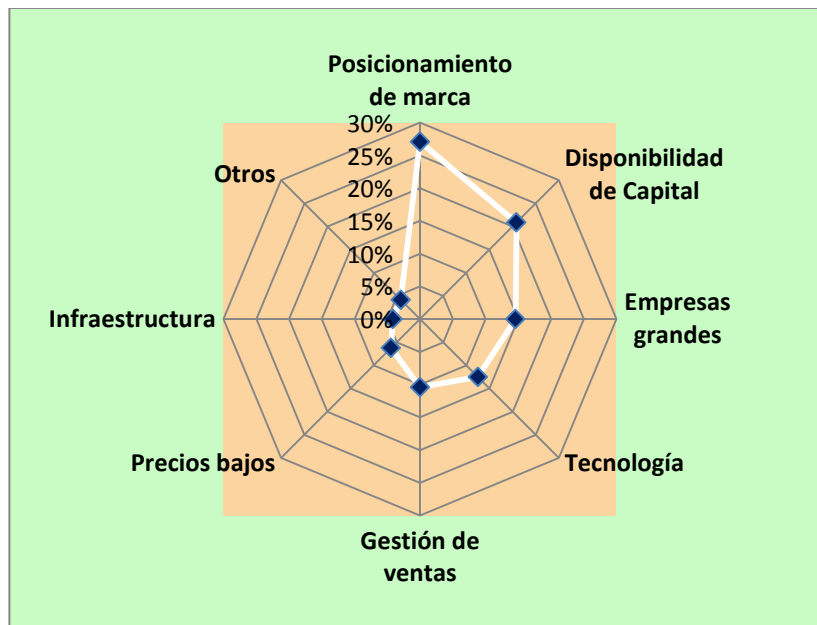
<b>FORTALEZAS</b>	<b>PYMEs</b>	
	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Posicionamiento de marca	13	27,08
Disponibilidad de Capital	10	20,83
Empresas grandes	7	14,58
Tecnología	6	12,50
Gestión de ventas	5	10,42
Precios bajos	3	6,25
Infraestructura	2	4,17
Otros	2	4,17
<b>TOTAL</b>	<b>48</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla



**GRÁFICO N° 40**  
**FORTALEZAS DE LA COMPETENCIA EN EL ÁMBITO NACIONAL**



**Fuente:** Cuadro N° 40

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*l). Perspectivas de las PYMEs*

**Expectativas**

Las expectativas que tienen las PYMEs del CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos para el futuro son con un 66,67 por ciento Incrementar su cuota de mercado; Exportar con un 16,67; Incrementar la producción con un 10%; y con un 3,33% mejorar la Infraestructura interna.

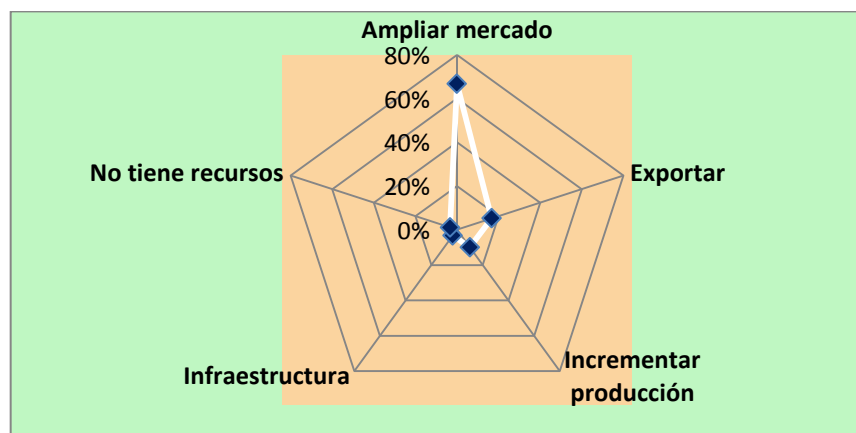
**CUADRO N° 41**  
**EXPECTATIVAS DEL SUBSECTOR C20**

<b>EXPECTATIVAS</b>	<b>PYMEs</b>	
	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Ampliar mercado	20	66,67
Exportar	5	16,67
Incrementar producción	3	10,00
Infraestructura	1	3,33
No tiene recursos	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 41**  
**EXPECTATIVAS DEL SUBSECTOR C20**



**Fuente:** Cuadro N° 41

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Contracción del Mercado

El 96,67 por ciento de las PYMEs estudiadas no tiene ningún plan b para enfrentar la contracción del mercado interno; y apenas un 3,33 planea dedicarle a actividades para cultivo de campo abierto.

**CUADRO N° 42**  
**ESTRATEGIAS ANTE LA CONTRACCIÓN DEL MERCADO**

ESTRATEGIAS	PYMEs	
	No. RESPUESTAS	%
Ninguna	29	96,67
Productos para cultivos	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>10,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 42**  
**ESTRATEGIAS ANTE LA CONTRACCIÓN DEL MERCADO**



**Fuente:** Cuadro N° 42

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Competencia

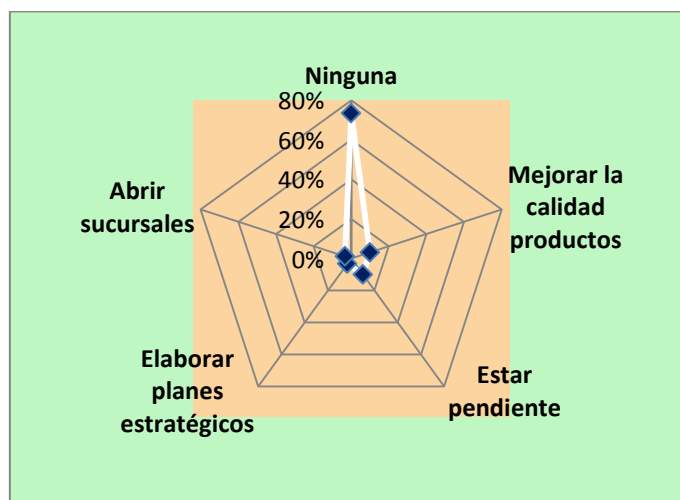
El 73,33 por ciento de las respuestas indican no tener Ninguna estrategia de manejo respecto a la competencia; el 10,00 piensa en Mejorar la calidad de sus productos; otro porcentaje similar al anterior indica Estar al pendiente de los últimos cambios o novedades que presente el mercado, y el 3,33 menciona que piensa Elaborar un plan estratégico para enfrentar la competencia y un porcentaje igual al ya mencionado abrir sucursales.

**CUADRO N° 43**  
**ESTRATEGIAS ANTE LA COMPETENCIA**

ESTRATEGIAS	PYMEs	
	No. RESPUESTAS	%
Ninguna	22	73,33
Mejorar la calidad productos	3	10,00
Estar pendiente	3	10,00
Elaborar planes estratégicos	1	3,33
Abrir sucursales	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 43**  
**ESTRATEGIAS ANTE LA COMPETENCIA**



**Fuente:** Cuadro N° 43

**Elaborado por:** María Sol Padilla

#### **Innovación.-**

El 70 por ciento de las PYMEs del CIIU C20 están pensando como estrategia Innovar sus productos; 16,67 aplicar nuevas técnicas de producción y mercadeo; y el 13,33% no piensa tomar Ninguna medida.

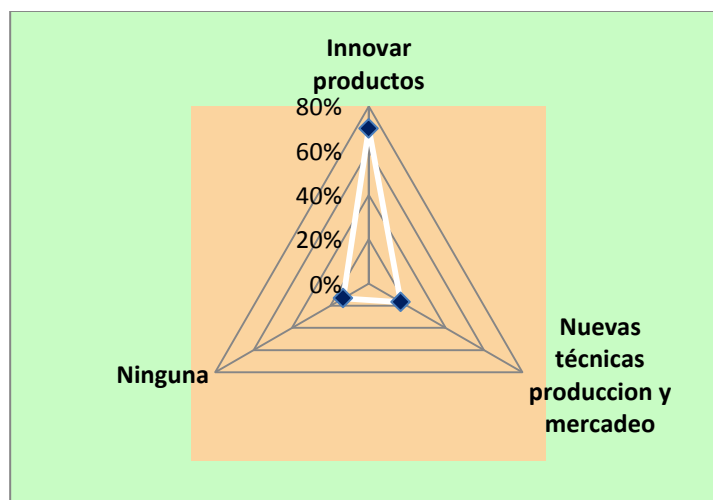
**CUADRO N° 44**  
**ESTRATEGIAS EN CUANTO A INNOVACIÓN**

ESTRATEGIAS	PYMEs	
	No. RESPUESTAS	%
Innovar productos	21	70,00
Nuevas técnicas de producción y mercadeo	5	16,67
Ninguna	4	13,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 44**  
**ESTRATEGIAS EN CUANTO A INNOVACIÓN**



**Fuente:** Cuadro N° 44

**Elaborado por:** María Sol Padilla

## 4.2 MERCADEO<sup>25</sup>

### *a). Disponibilidad de Plan de Mercadeo.-*

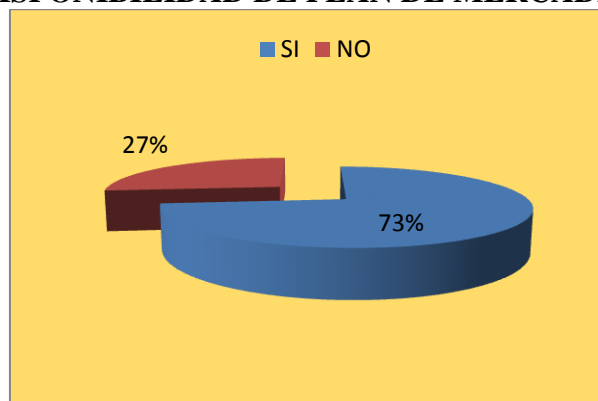
El 73,33 por ciento de las respuestas manifestó contar con un plan de mercadeo, y el restante porcentaje contestó NO dispone (26,67).

**CUADRO N° 45**  
**DISPONIBILIDAD DE PLAN DE MERCADEO**

OPCION	N° RESPUESTAS	%
SI	22	73,33
NO	8	26,67
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 45**  
**DISPONIBILIDAD DE PLAN DE MERCADEO**



**Fuente:** Cuadro N° 45  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

<sup>25</sup> Es el conjunto de actividades orientadas a motivar a los clientes para que adquieran cierto producto o servicio. El mercadeo tiene como objetivo principal favorecer el intercambio entre dos partes de modo que ambas resulten beneficiadas.



**b). Responsable del Plan de Mercadeo**

El Gerente de ventas y el Gerente de mercadeo son los principales encargados de administrar el plan de mercadeo, con un 33,33 por ciento acumulado el primero y el segundo con un 10,00, complementan a este esfuerzo el Gerente general con un 30.00 y un 26,67% no tiene responsable.

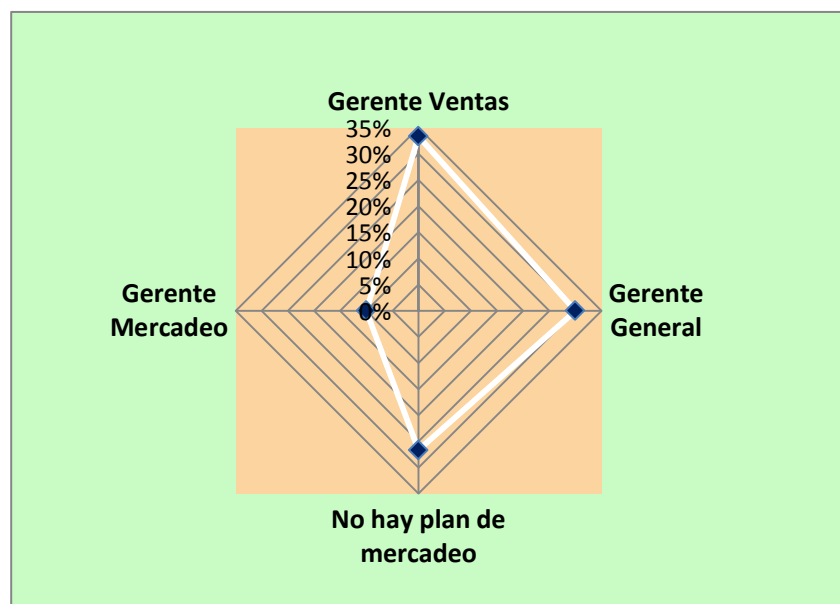
**CUADRO N° 46**  
**RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADEO**

	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Gerente Ventas	10	33,33
Gerente General	9	30,00
No hay plan de mercadeo	8	26,67
Gerente Mercadeo	3	10,00
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N°46**  
**RESPONSABLE DEL PLAN DE MERCADEO**



**Fuente:** Cuadro N° 46

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***c). Objetivos del plan de mercadeo para el 2011.***

Los principales objetivos del plan de marketing 2011 son Ampliar la participación del mercado con un 27,91 por ciento, contar con un Plan de marketing un 18,60 desarrollo de Nuevos productos con un 16,28; e Incrementar las ventas con 9,30%.

Adicionalmente hay que destacar que existe un 9.30 por ciento que no tiene objetivos previamente definidos.

**CUADRO N° 47**  
**OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO 2011.**

<b>OBJETIVOS</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Expandir mercado	12	27,91
Plan de marketing	8	18,60
Nuevos productos	7	16,28
Ninguno	4	9,30
Incrementar ventas	4	9,30
Asesoría a clientes	3	6,98
Fortalecer mercado	3	6,98
Cambio ubicación planta	1	2,33
Mantener ventas	1	2,33
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 47**  
**OBJETIVOS DEL PLAN DE MERCADEO 2011.**



**Fuente:** Cuadro N° 47

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*d). Estrategias utilizadas para la consecución de objetivos.*

Para lograr los objetivos planteados las estrategias utilizadas por los directivos de las PYMEs son Asistencia técnica a clientes, con un 17,78 por ciento, luego sigue mantenimiento de la Calidad del producto con el 15,56%, Publicidad con un 11,11 y Calidad del servicio con el 8,89 junto a Penetración en nuevos mercados. Con el mismo resultado anterior complementariamente se destaca que un 8,89 por ciento no usa ninguna estrategia.

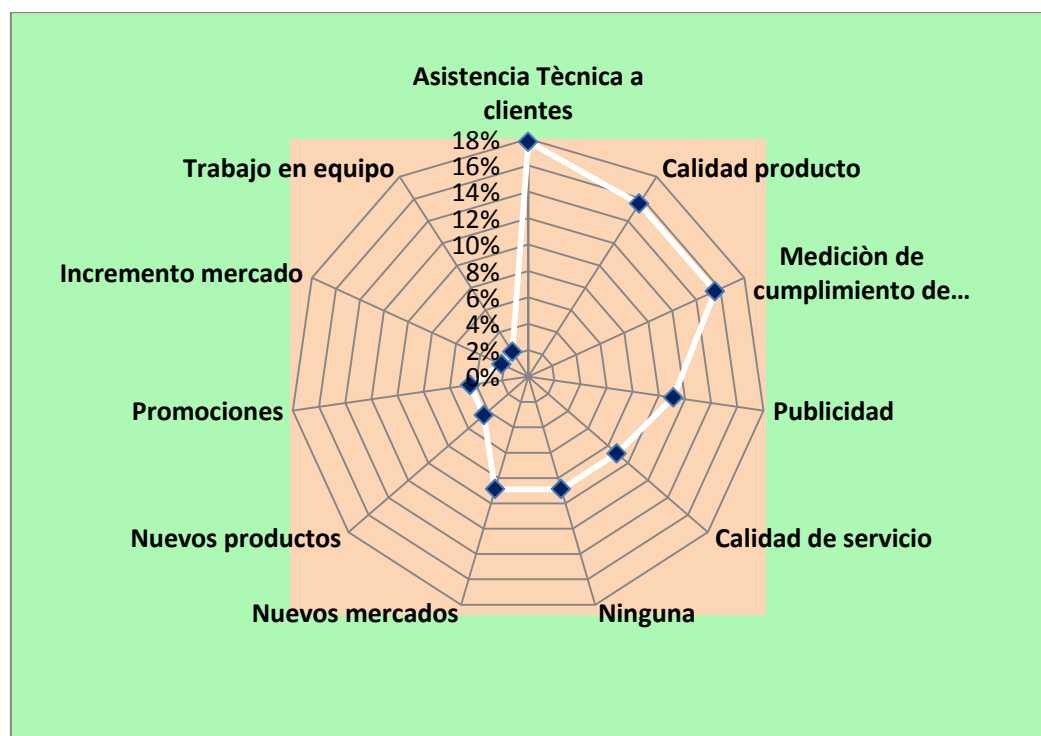
**CUADRO N° 48**  
**ESTRATEGIAS UTILIZADAS PARA LA CONSECUCIÓN DE**  
**LOS OBJETIVOS**

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Asistencia Técnica a clientes	8	17,78
Calidad producto	7	15,56
Medición de cumplimiento de planes	7	15,56
Publicidad	5	11,11
Calidad de servicio	4	8,89
Ninguna	4	8,89
Nuevos mercados	4	8,89
Nuevos productos	2	4,44
Promociones	2	4,44
Incremento mercado	1	2,22
Trabajo en equipo	1	2,22
<b>TOTAL</b>	<b>45</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 48**  
**ESTRATEGIAS UTILIZADAS PARA LA CONSECUCCIÓN DE LOS**  
**OBJETIVOS**



**Fuente:** Cuadro N° 48

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***e). Política de Fijación de Precios.***

Según el siguiente cuadro y gráfico N° 49, la política de fijación de precios de las PYMEs del CIU C20 se sustenta, en un 53,19 por ciento en los costos del mercado, 36,17 se basa en los costos de producción, y 2,13% fijando un margen de rentabilidad del 30%.

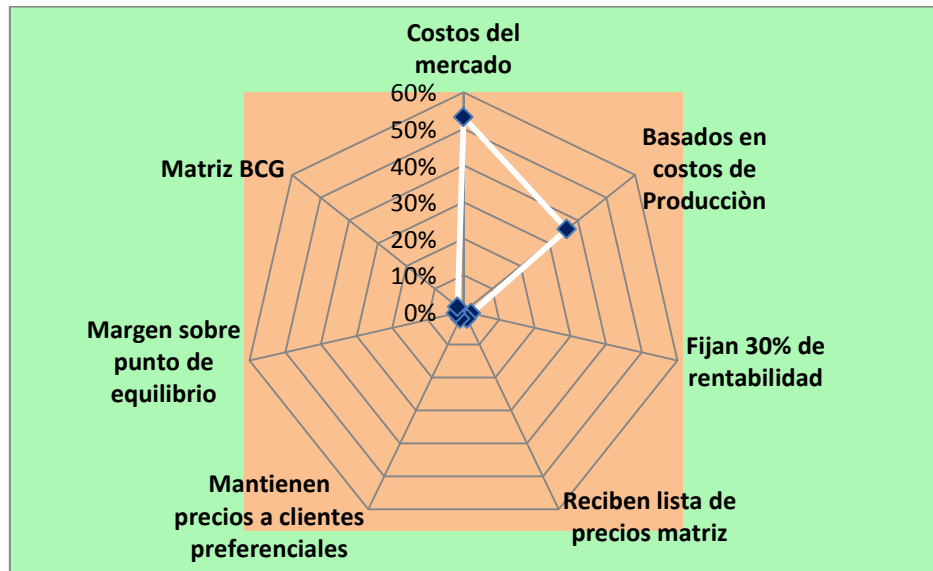
**CUADRO N° 49**  
**POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS**

<b>POLÍTICAS</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Costos del mercado	25	53,19
Basados en costos de Producción	17	36,17
Fijan 30% de rentabilidad	1	2,13
Reciben lista de precios matriz	1	2,13
Mantienen precios a clientes preferenciales	1	2,13
Margen sobre punto de equilibrio	1	2,13
Matriz BCG	1	2,13
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a PYMEs

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 49**  
**POLÍTICA DE FIJACIÓN DE PRECIOS**



**Fuente:** Cuadro N° 49

**Elaborado por:** María Sol Padilla



*f). Disponibilidad de planes de promoción y publicidad*

El 73,33 por ciento de las respuestas indica que SI tienen un plan de promoción y publicidad y el 26.67 NO disponen.

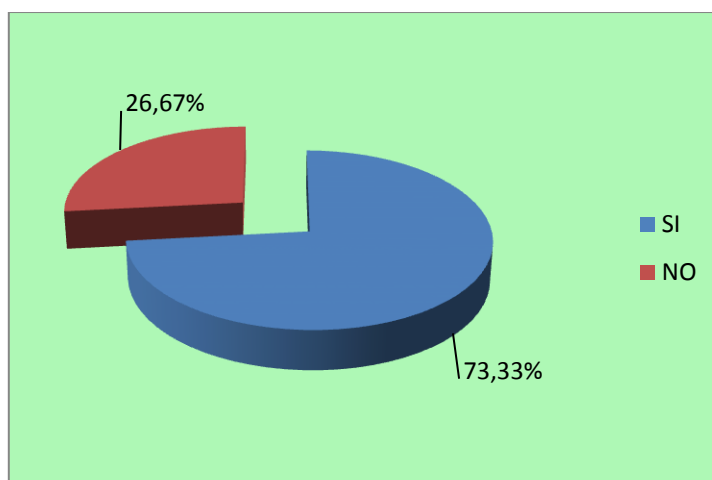
**CUADRO N° 50**  
**DISPONIBILIDAD DE PLANES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

OPCION	N° RESPUESTAS	%
SI	22	73,33
NO	8	26,67
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 50**  
**DISPONIBILIDAD DE PLANES DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**



**Fuente:** Cuadro N° 50

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**g). Ejes de la promoción y publicidad**

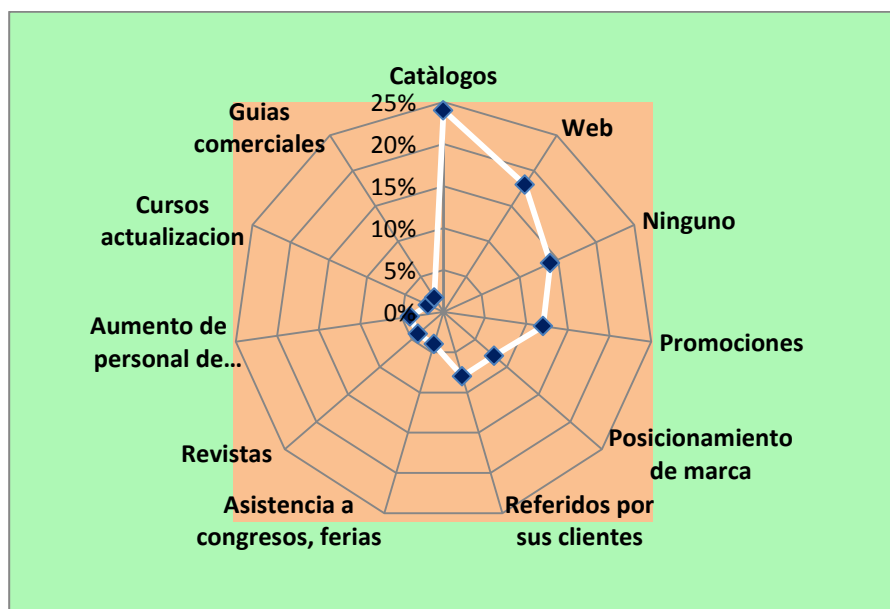
Las principales herramientas utilizadas para la Promoción y publicidad de las PYMEs del CIIU C20 se basan en los Catálogos con el 24 por ciento; Página web con el 18; y Promociones del producto con el 12%. De todas maneras se destaca que existe un 14 por ciento que no usa ninguna herramienta promocional.

**CUADRO N° 51  
EJES DE LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**

<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Catálogos	12	24,00
Web	9	18,00
Ninguno	7	14,00
Promociones	6	12,00
Posicionamiento de marca	4	8,00
Referidos por sus clientes	4	8,00
Asistencia a congresos, ferias	2	4,00
Revistas	2	4,00
Aumento de personal de ventas	2	4,00
Cursos actualización	1	2,00
Guías comerciales	1	2,00
<b>TOTAL</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 51**  
**EJES DE LA PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD**



**Fuente:** Cuadro N° 51

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***h). Periodicidad de las Investigaciones de Mercado***

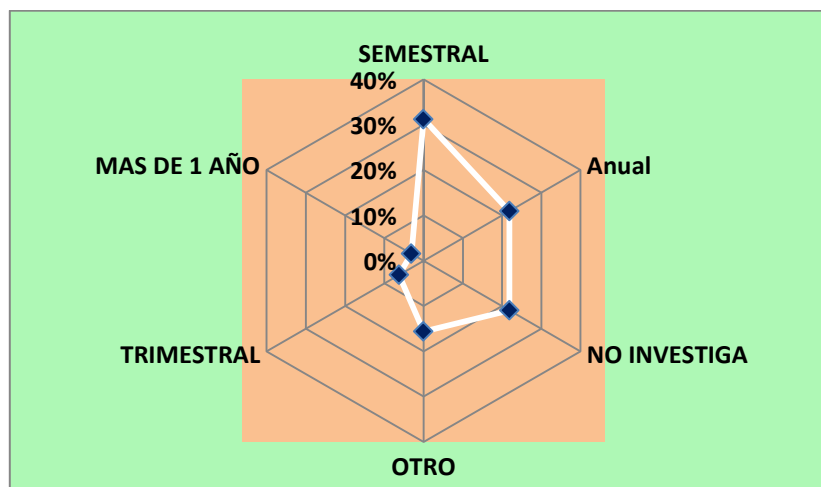
La periodicidad con que se realizan investigaciones de mercado, con el 31,25 por ciento, son Semestrales, 21,88 Anuales; y; un porcentaje similar al anterior No investiga.

**CUADRO N° 52**  
**PERIODICIDAD DE INVESTIGACIONES DE MERCADO**

<b>PERÍODO</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Semestral	10	31,25
Anual	7	21,88
No Investiga	7	21,88
Otro	5	15,63
Trimestral	2	6,25
Mas de 1 año	1	3,13
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 52**  
**PERIODICIDAD DE INVESTIGACIONES DE MERCADO**



**Fuente:** Cuadro N° 52

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*i). Controles empleados para evaluar el cumplimiento del plan de mercadeo.*

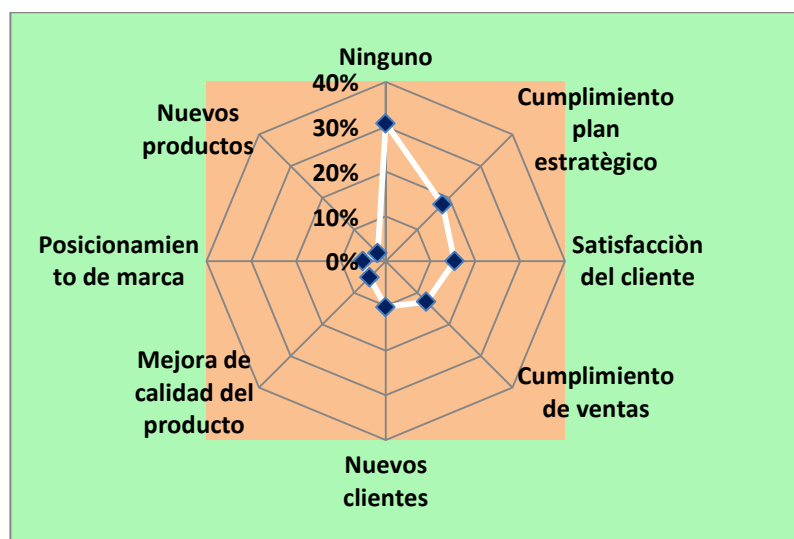
Los controles que utilizan el personal de mercadeo para evaluar el cumplimiento del plan, arrojó los siguientes resultados: el 30,77 por ciento, no realiza ningún tipo de control, el 30,80 chequea el cumplimiento contra el plan estratégico y ventas (17,95% del primero y 12,82 del segundo) y el 15,38%, evalúa siempre por la satisfacción del cliente.

**CUADRO N° 53**  
**CONTROLES EMPLEADOS PARA EVALUAR EL PLAN DE**  
**MERCADEO**

<b>CONTROL</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Ninguno	12	30,77
Cumplimiento plan estratégico	7	17,95
Satisfacción del cliente	6	15,38
Cumplimiento de ventas	5	12,82
Nuevos clientes	4	10,26
Mejora de calidad del producto	2	5,13
Posicionamiento de marca	2	5,13
Nuevos productos	1	2,56
<b>TOTAL</b>	<b>39</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 53**  
**CONTROLES EMPLEADOS PARA EVALUAR EL PLAN DE**  
**MERCADEO**



**Fuente:** Cuadro N° 53

**Elaborado por:** María Sol Padilla.

*j). Sistemas de Servicio Postventa.*

Como se observa en el siguiente cuadro, y gráfico el servicio postventa se concentra en, Asistencia de reclamos con un 74,29 por ciento, seguido de Garantías con un 14,29, Llamadas telefónicas un 5,71%.

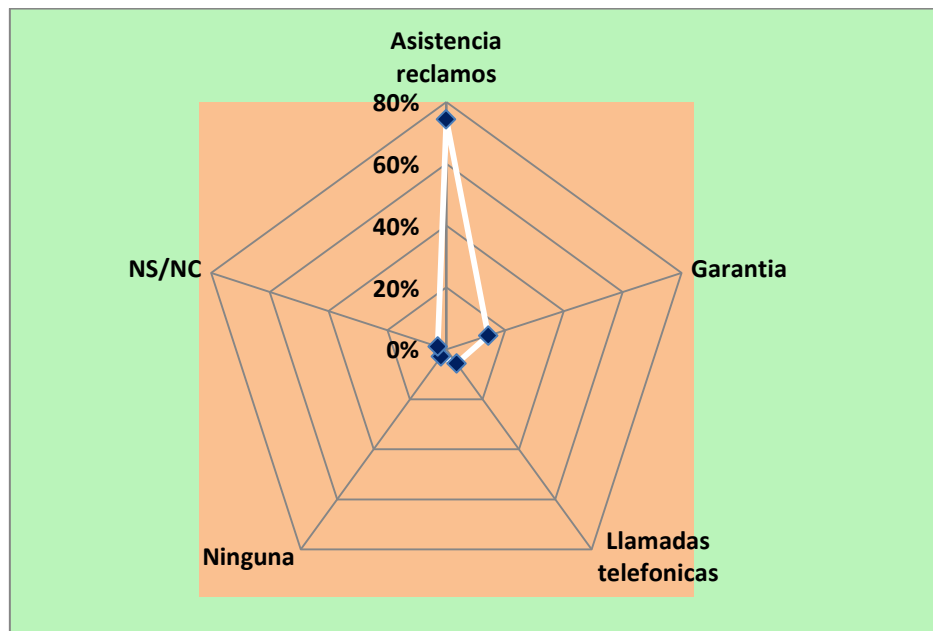
**CUADRO N° 54**  
**SISTEMAS DE SERVICIO POSTVENTA**

<b>SERVICIO</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Asistencia reclamos	26	74,29
Garantía	5	14,29
Llamadas telefónicas	2	5,71
Ninguna	1	2,86
NS/NC	1	2,86
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla



**GRÁFICO N° 54**  
**SISTEMAS DE SERVICIO POSTVENTA**



**Fuente:** Cuadro N° 54

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***k). Índice de cumplimiento con sus clientes.***

26 respuestas reflejan tener un índice de cumplimiento con sus clientes entre 81-100 por ciento y dos entre el 61-80%.

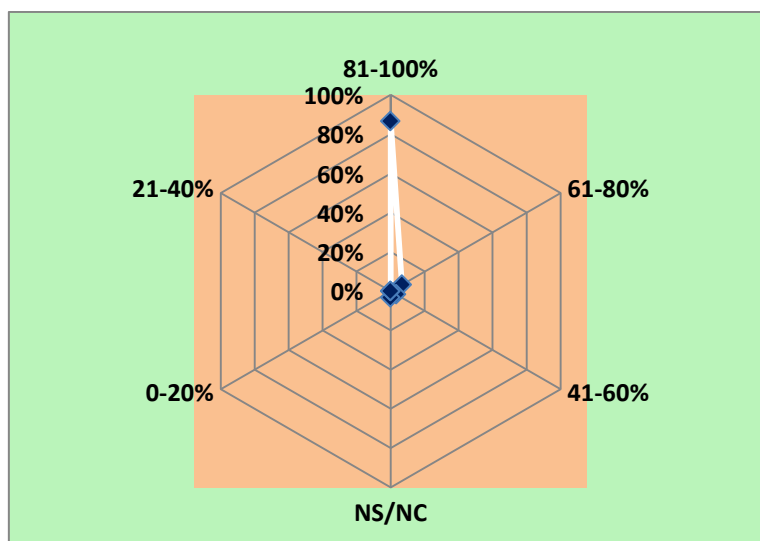
**CUADRO N° 55**  
**ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO CON SUS CLIENTES**

<b>RANGO</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
81-100%	26	86,67
61-80%	2	6,67
41-60%	1	3,33
NS/NC	1	3,33
21-40%	0	0,00
0-20%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 55**  
**INDICE DE CUMPLIMIENTO CON SUS CLIENTES**



**Fuente:** Cuadro N° 55

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***l). Índice de cumplimiento de proveedores nacionales y extranjeros***

18 respuestas confirman que el cumplimiento de los proveedores nacionales se encuentra en un nivel de satisfacción entre 81-100 por ciento; 4 entre 61-80, mientras que 5 No sabe o no conoce.

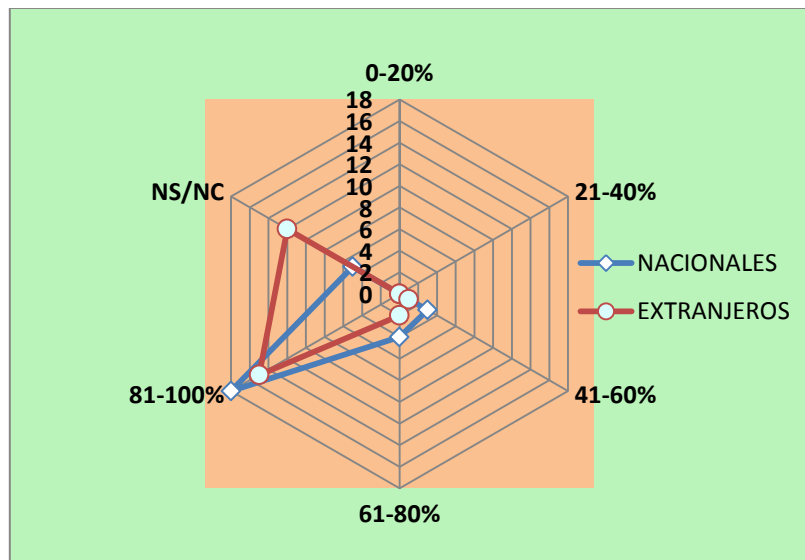
15 respuestas confirman que el grado de cumplimiento de los proveedores extranjeros se encuentra entre el 81-100 por ciento. 2 entre 61-80 y, 12 No sabe o no conoce el grado de cumplimiento a estos proveedores.

**CUADRO N° 56**  
**ÍNDICE DE CUMPLIMIENTO DE PROVEEDORES**  
**NACIONALES Y EXTRANJEROS**

<b>RANGO</b>	<b>NACIONALES</b>	<b>EXTRANJEROS</b>
<b>0-20%</b>	0	0
<b>21-40%</b>	0	0
<b>41-60%</b>	3	1
<b>61-80%</b>	4	2
<b>81-100%</b>	18	15
<b>NS/NC</b>	5	12
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 56**  
**ÍNDICE DECUMPLIMIENTO DE PROVEEDORES**  
**NACIONALES Y EXTRANJEROS**



**Fuente:** Cuadro N° 56

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### 4.3 APERTURA COMERCIAL

#### *a). Exportaciones por parte de las empresas encuestadas.*

Según indica el siguiente cuadro y gráfico, la mayoría de las empresas encuestadas no realiza exportaciones con un porcentaje de 93,33, y las que si realizan alcanzan un 6,67%, es decir 2 empresas.

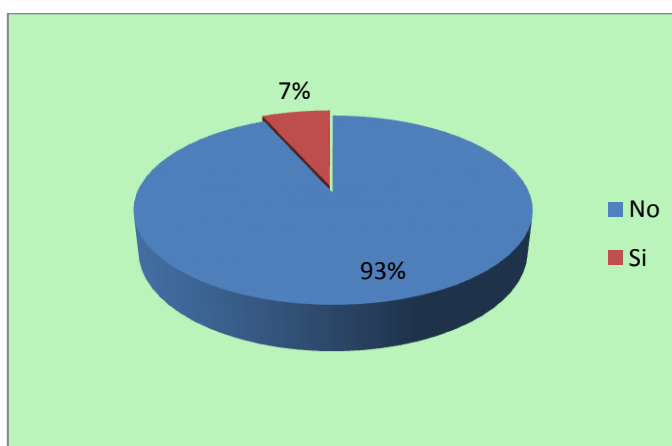
**CUADRO N° 57  
EXPORTACIONES**

OPCION	N° EMPRESAS	%
No	28	93,33
Si	2	6,67
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 57  
EXPORTACIONES**



**Fuente:** Cuadro N° 57

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**b). Destino**

Los principales destinos de exportación son a países vecinos de Colombia y Venezuela con un peso de 50 por ciento cada uno.

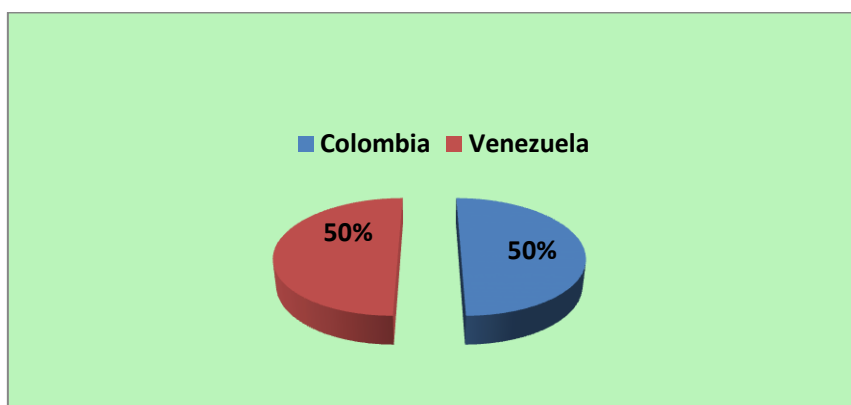
**CUADRO N° 58  
DESTINO DE EXPORTACIÓN**

PAÍS	N° RESPUESTAS	%
Colombia	1	50
Venezuela	1	50
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 58  
DESTINOS**



**Fuente:** Cuadro N° 58

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*c).-Formas de exportar*

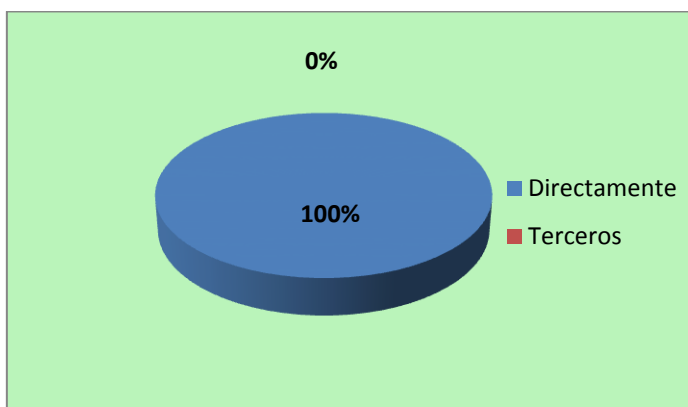
El 100 por ciento de aquellos empresarios que realizan exportaciones lo hacen directamente, es decir sin intermediarios.

**CUADRO N° 59**  
**FORMAS DE EXPORTAR**

OPCIÓN	N° RESPUESTAS	%
Directamente	2	100
Terceros	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 59**  
**FORMA DE EXPORTAR**



**Fuente:** Cuadro N° 59  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***d). Registro de Exportador***

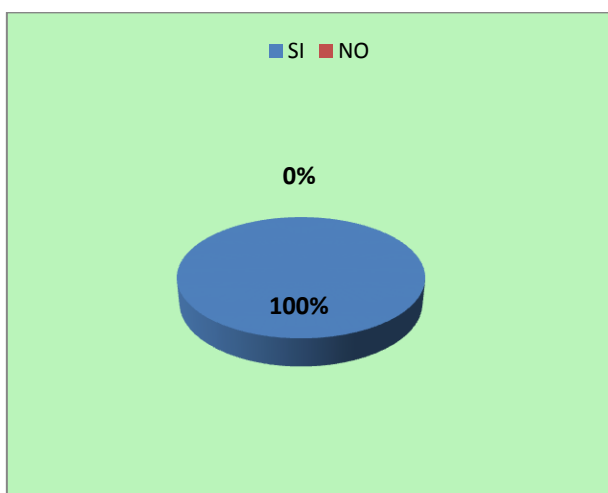
Los dos empresarios que realizan exportaciones SÍ poseen registro de exportador.

**CUADRO N° 60  
REGISTRO DE EXPORTADOR**

	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
SI	2	100
NO	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 60  
REGISTRO DE EXPORTADOR**



**Fuente:** Cuadro N° 60  
**Elaborado por:** María Sol Padilla



*e). Certificado de Origen.*

De acuerdo a los resultados alcanzados, los empresarios que efectivamente exportan obtienen su certificado de origen en la Cámara de Industrias y producción.

**CUADRO N° 61**  
**CERTIFICADO DE ORIGEN**

INSTITUCIÓN	N° RESPUESTAS	%
Cámara de Industrias y Producción	2	100
Mipro	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 61**  
**CERTIFICADO DE ORIGEN**



**Fuente:** Cuadro N° 61  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***f). Periodicidad de Exportación***

La frecuencia con la que exportan las dos empresas identificadas lo hacen de forma mensual y trimestralmente con un peso de 50 por ciento individual.

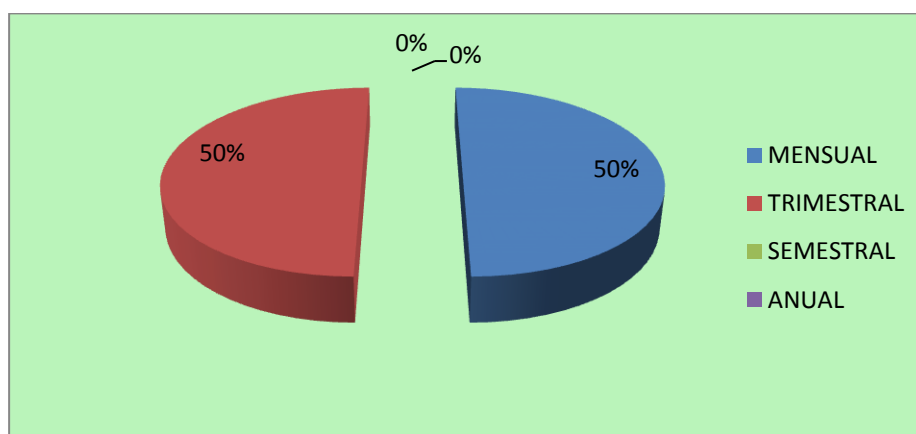
**CUADRO N° 62**  
**PERIODICIDAD DE EXPORTACIÓN**

	N° RESPUESTAS	%
MENSUAL	1	50
TRIMESTRAL	1	50
SEMESTRAL	0	0,00
ANUAL	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 62**  
**PERIODICIDAD DE EXPORTACIÓN**



**Fuente:** Cuadro N° 62

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***g). Apertura Mercados Externos***

***Por Destino.-***

Los nuevos destinos de exportación a los cuales planea enfocarse las PYMEs del subsector C20 en el año 2012, comprenden con un 6,67 por ciento Venezuela, fomentar más el mercado nacional, con el mismo porcentaje; a Perú y Latinoamérica con el 3,33% respectivamente. De todas maneras cabe mencionar que existe un 80,00 por ciento que no tiene previsto ningún destino externo.

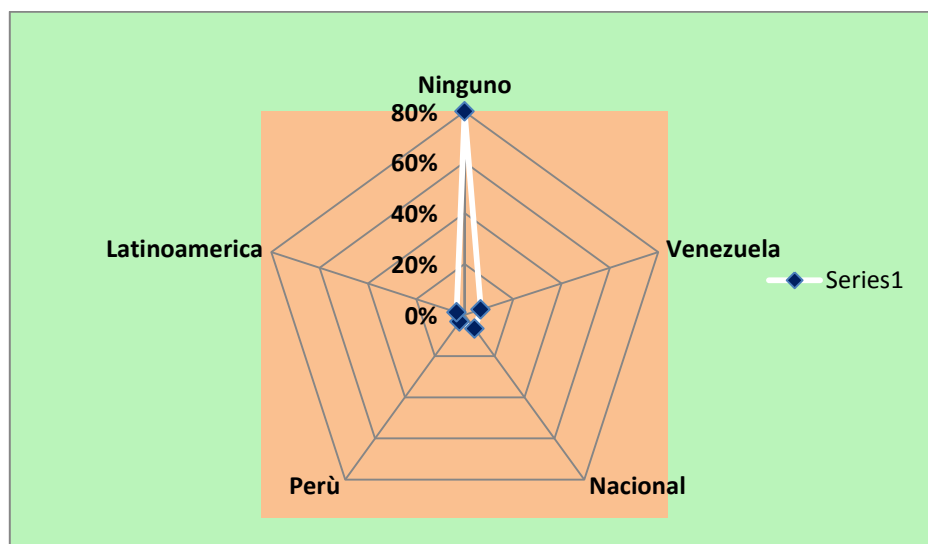
**CUADRO N° 63  
NUEVOS MERCADOS POR DESTINOS**

<b>MERCADO</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Ninguno	24	80
Venezuela	2	6,67
Nacional	2	6,67
Perú	1	3,33
Latinoamérica	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 63**  
**NUEVOS MERCADO POR DESTINOS**



**Fuente:** Cuadro N° 63

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Exportaciones Por Producto.-***

Los diversos productos con los cuales los empresarios encuestados piensan dirigirse a nuevos mercados se refieren en un 7,00 por ciento a productos veterinarios; y un 3,33 para productos de lavandería, químicos para tratamiento de metales, telas PVC, y fundas.

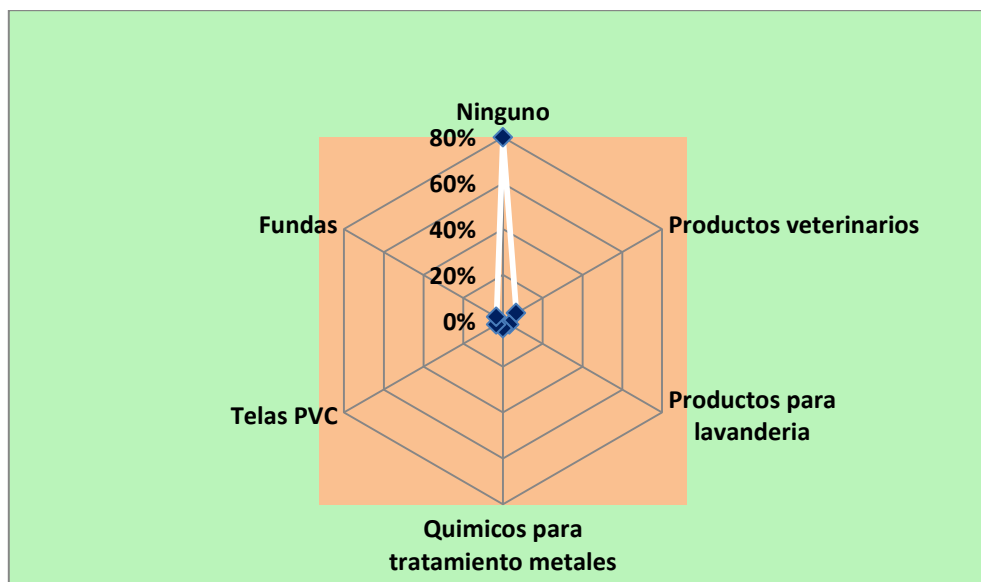
**CUADRO N° 64  
NUEVOS PRODUCTOS A EXPORTAR**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Ninguno	24	80
Productos veterinarios	2	7
Productos para lavandería	1	3,33
Químicos para tratamiento metales	1	3,33
Telas PVC	1	3,33
Fundas	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### GRÁFICO N° 64 NUEVOS PRODUCTOS A EXPORTAR



**Fuente:** Cuadro N° 64

**Elaborado por:** María Sol Padilla

#### *h). Restricciones a las Exportaciones*

El 100 por ciento de PYMEs del sector C20 que exportan manifestaron

No tener ningún tipo de restricción para hacerlo.

*i). Aranceles de Importación*

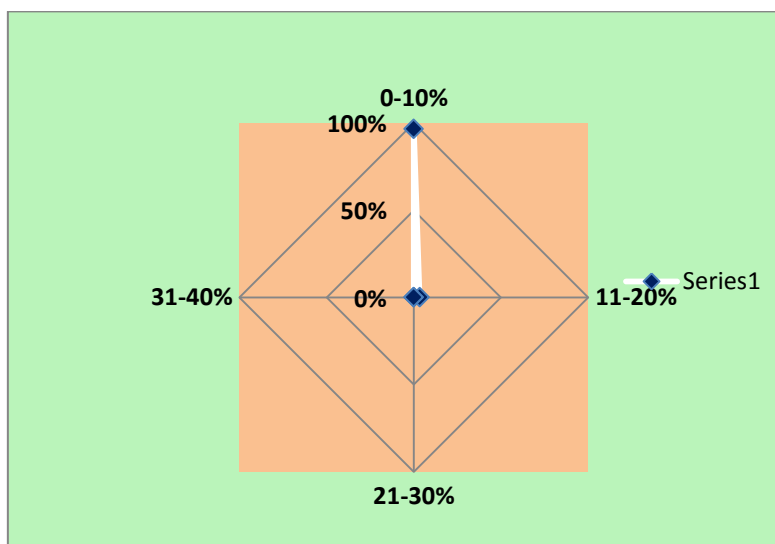
29 PYMEs de las 30 investigadas dentro del CIIU C20 confirman que el peso de los aranceles para sus importaciones se encuentra en un nivel entre 0-10 por ciento, y solo 1 afirma en 11-20%.

**CUADRO N° 65**  
**PESO DE LOS ARANCELES DE IMPORTACIÓN**

<b>RANGO</b>	<b>N° EMPRESAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
0-10%	29	96,67
11-20%	1	3,33
21-30%	0	0,00
31-40%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 65**  
**PESO DE LOS ARANCELES DE IMPORTACIÓN**



**Fuente:** Cuadro N° 65

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***j). Volumen de Exportación***

De acuerdo al cuadro N° y al gráfico N° solo dos PYMEs del CIU C20 destinan entre 1-25% de su producción a exportar.

**CUADRO N° 66**  
**VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DENTRO DEL TOTAL DE PRODUCCIÓN**

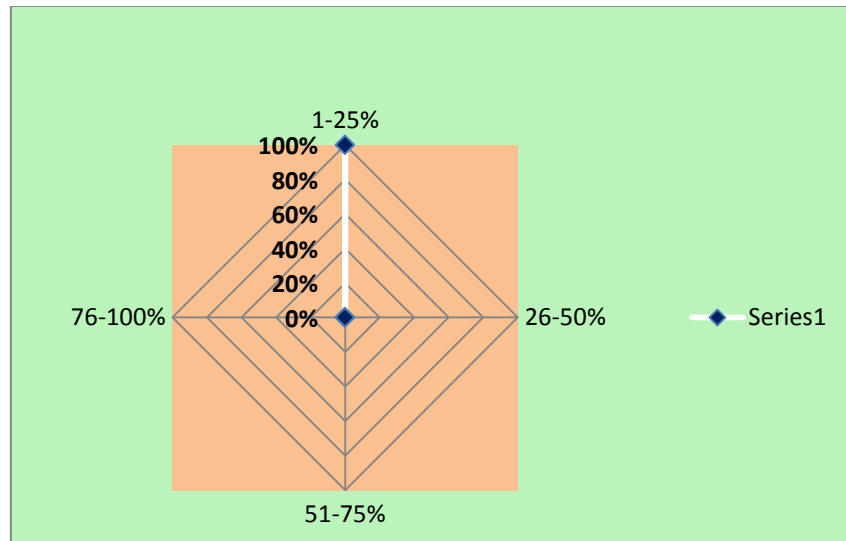
RANGO	N° EMPRESAS	PORCENTAJE
1-25%	2	100,00
26-50%	0	0,00
51-75%	0	0,00
76-100%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla



**GRÁFICO N° 66**  
**VOLUMEN DE EXPORTACIÓN DENTRO DEL TOTAL DE PRODUCCIÓN**



**Fuente:** Cuadro N° 66

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***k). Insumos Importados.***

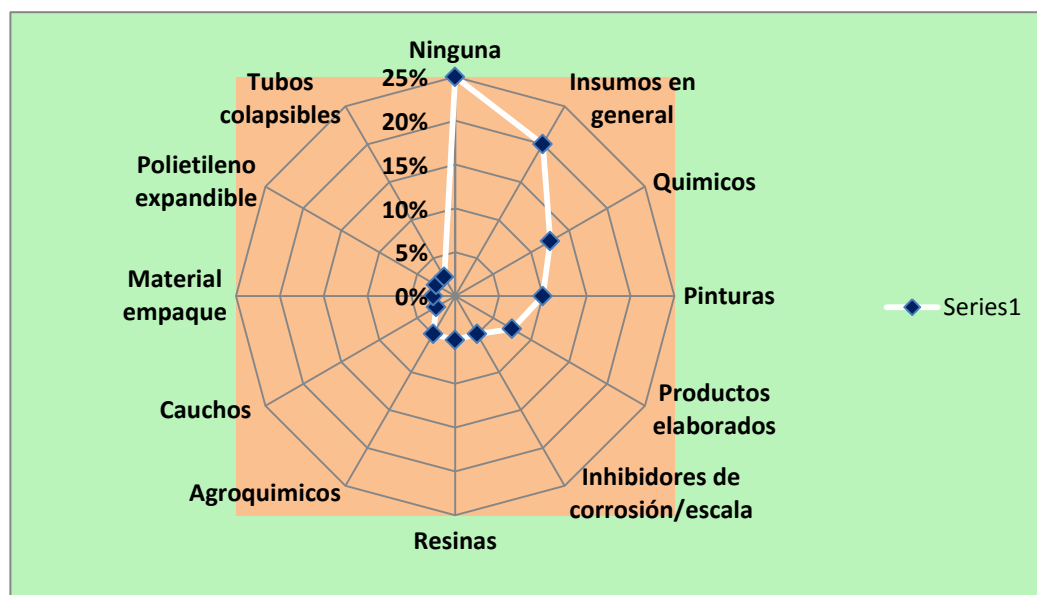
Los principales insumos que importa este subsector son: con el 20,00 por ciento de respuestas Insumos en general; Químicos con un 12,50%; Pinturas con 10,00.y Productos elaborados con el 7,50. En contraposición a lo dicho un 25 por ciento expresó que no importa ningún tipo de insumo.

**CUADRO N° 67  
INSUMOS IMPORTADOS**

	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Ninguna	10	25,00
Insumos en general	8	20,00
Químicos	5	12,50
Pinturas	4	10,00
Productos elaborados	3	7,50
Inhibidores de corrosión/escala	2	5,00
Resinas	2	5,00
Agroquímicos	2	5,00
Cauchos	1	2,50
Material empaque	1	2,50
Polietileno expandible	1	2,50
Tubos colapsibles	1	3
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

### GRÁFICO N° 67 INSUMOS IMPORTADOS



**Fuente:** Cuadro N° 67

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***l).- Peso de los insumos en el Costo del Producto***

El 33,33 por ciento de los investigados respondió que el peso aproximado de los insumos en el costo del producto está en un rango entre 1-25 por ciento un 26,67%, afirma que tiene un peso del 26-50, y un 16,67 afirmaron que el costo del insumo importado representa entre 51-75% en el producto terminado.

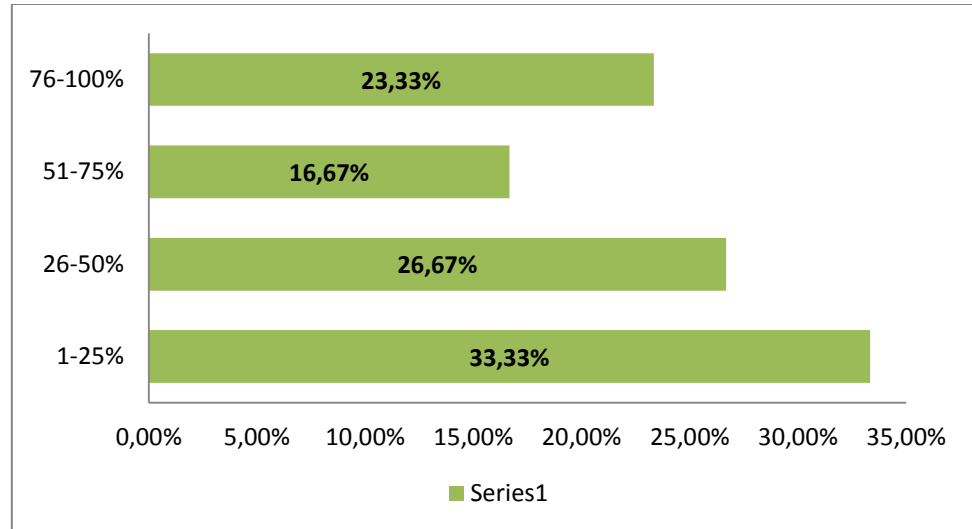
**CUADRO N° 68**  
**PESO DE LOS INSUMOS EN EL COSTO DEL PRODUCTO**

	<b>N° EMPRESAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>1-25%</b>	10	33,33
<b>26-50%</b>	8	26,67
<b>51-75%</b>	5	16,67
<b>76-100%</b>	7	23,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 68**  
**PESO DE LOS INSUMOS EN EL COSTO DEL PRODUCTO**



**Fuente:** Cuadro N° 68

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*m). Porcentaje de la mezcla importada en el producto final.*

El 26,67 por ciento afirma que el peso de la materia prima importada se encuentra entre el 76-100, un 13,33 entre 51-75%, otro porcentaje similar al anterior entre 26-50 por ciento. Existe un 40 por ciento0 que No sabe o no conoce.

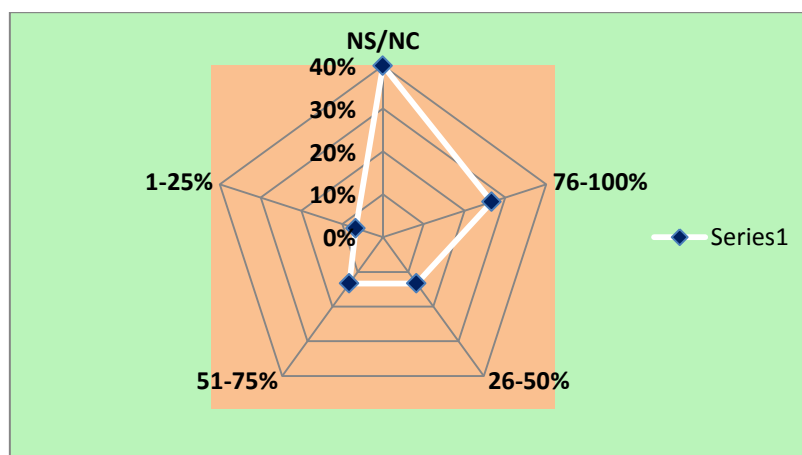
**CUADRO N° 69**  
**PESO DE LA MATERIA PRIMA IMPORTADA EN EL**  
**PRODUCTO FINAL**

<b>RANGO</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
NS/NC	12	40,00
76-100%	8	26,67
26-50%	4	13,33
51-75%	4	13,33
1-25%	2	6,67
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 69**  
**PESO DE LA MATERIA PRIMA IMPORTADA EN EL**  
**PRODUCTO FINAL**



**Fuente:** Cuadro N° 69

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***n). Régimen de Importaciones***

Los resultados obtenidos fueron: 53% de las PYMEs encuestadas mencionaron que realizan sus importaciones mediante régimen aduanero de carácter general, mientras que bajo Ningún régimen aduanero un 47% ya que no importan.

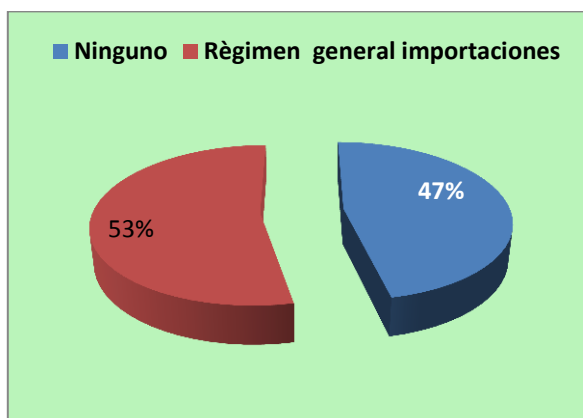
**CUADRO N° 70**  
**RÉGIMEN DE IMPORTACIONES**

RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
Ninguno	14	47%
Régimen general importaciones	16	53%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 70**  
**RÉGIMEN DE IMPORTACIONES**



**Fuente:** Cuadro N° 70

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***o). Beneficios y/o Perjuicios de políticas gubernamentales respecto a exportaciones***

Como se puede apreciar en el cuadro y gráfico siguientes el 3,00% del total de los empresarios investigados, aseguran que si les ha traído beneficios y perjuicios, la aplicación de políticas gubernamentales. No obstante a la mayoría de empresarios es indiferente con un 93,33%.

**CUADRO N° 71**  
**BENEFICIOS Y/O PERJUICIOS DE POLÍTICAS**  
**GOVERNAMENTALES RESPECTO A LAS**  
**EXPORTACIONES**

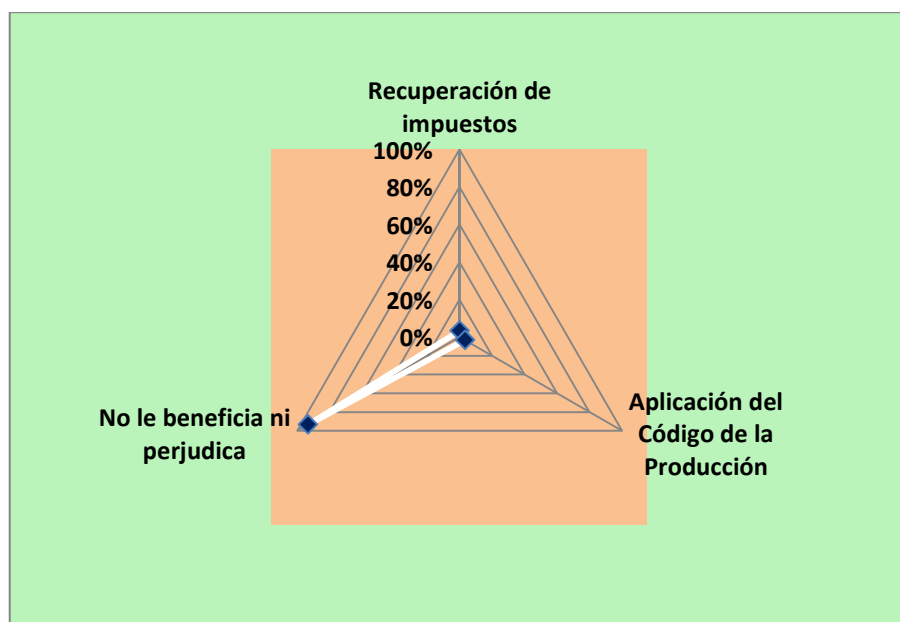
BENEFICIOS/PERJUICIOS	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
Beneficios	1	3
Perjuicios	1	3
Ninguna de las dos	28	93,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla



**GRÁFICO N° 71**  
**BENEFICIOS Y/O PERJUICIOS DE LAS POLITICAS**  
**GUBERNAMENTALES RESPECTO A EXPORTACIONES**



**Fuente:** Cuadro N° 71

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***p). Competidores Locales en el mercado exportable***

2 de las 30 PYMEs encuestadas respondieron que Sí tienen competidores locales que se dedican a su misma actividad. Una de ellas posee 3 competidores directos mientras que la segunda afirmó que no tiene competidores. Las 28 restantes no exportan.

***q). Pares Comerciales en el Exterior***

Las mismas empresas que en la anterior pregunta respondieron que si tienen competidores locales afirmaron que NO tienen pares comerciales en el exterior.

#### 4.4 SECCIÓN GOBIERNO

##### *a). Incentivos del gobierno para la creación de Pymes.*

Las PYMEs correspondientes al CIIU C20: fabricación de sustancias y productos químicos, sostienen, con un 38,71por ciento que no hay incentivos por parte del gobierno. Otro porcentaje similar indica que los incentivos están en la concesión de crédito, y en forma individual aseguran que se obtiene incentivos a través del código de la producción, crédito Fopex, Ministerio de agricultura y ganadería; y financiamiento a través del MIPRO.

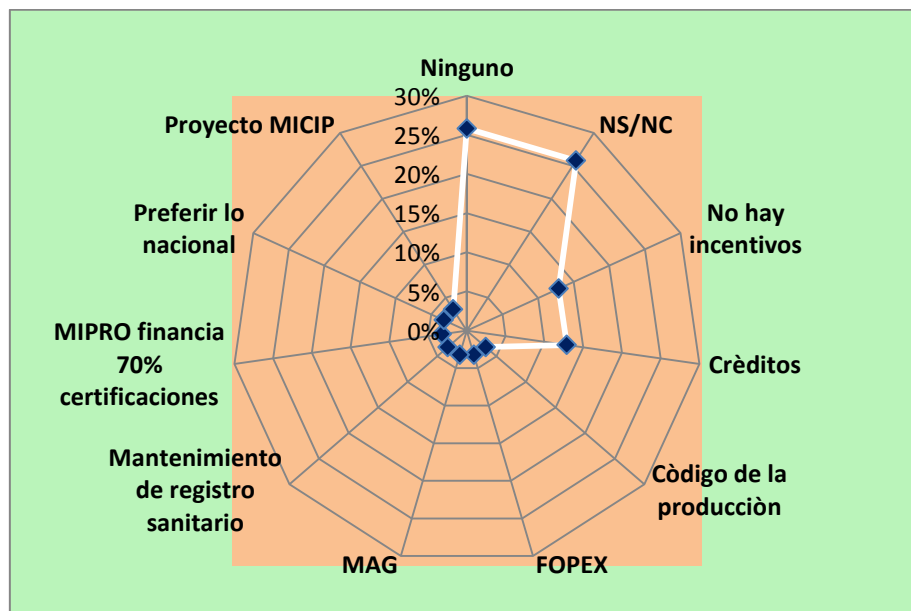
**CUADRO N° 72**  
**INCENTIVOS DEL GOBIERNO PARA LA CREACIÓN DE PYMEs**

<b>INCENTIVOS</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Ninguno	8	25,81
NS/NC	8	25,81
No hay incentivos	4	12,90
Créditos	4	12,90
Código de la producción	1	3,23
Crédito FOPEX	1	3,23
MAG	1	3,23
Mantenimiento de registro sanitario	1	3,23
MIPRO financia 70% certificaciones	1	3,23
Preferir lo nacional	1	3,23
Proyecto MICIP	1	3,23
<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

## GRÁFICO N° 72

### INCENTIVOS DEL GOBIERNO PARA LA CREACIÓN DE PYMEs



**Fuente:** Cuadro N° 72

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***b).Mecanismos del Gobierno para el desarrollo de las PYMEs***

Los mecanismos que concede el Gobierno a las PYMEs del CIIU C20 para lograr su desarrollo son: Pago oportuno de impuestos con un 12,50 por ciento, y créditos con un 9,38. En contraposición a lo mencionado existe un 78,13 por ciento, que No sabe o no conoce, o que percibe que no hay Ningún mecanismo de apoyo.

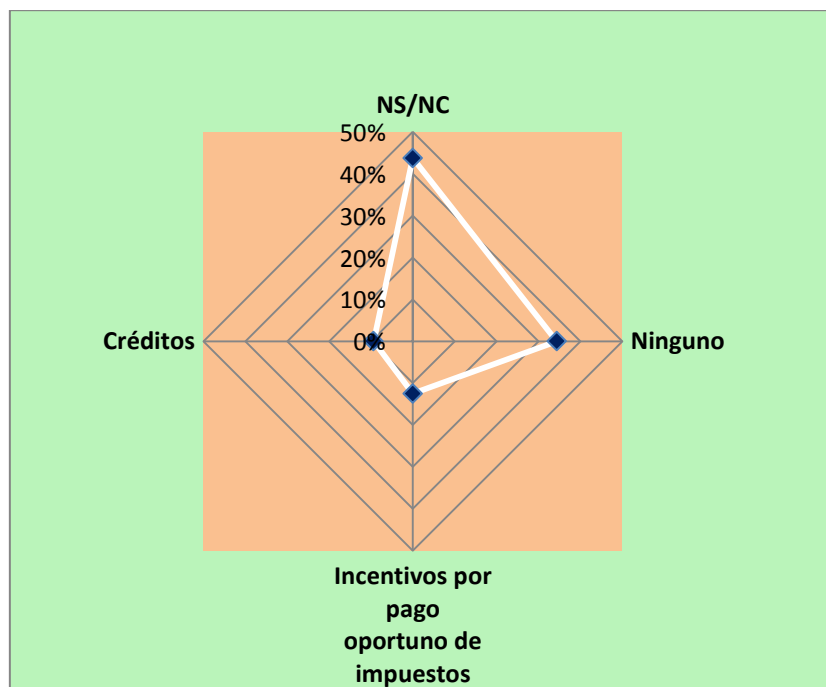
**CUADRO N° 73  
MECANISMOS DE APOYO DEL GOBIERNO**

<b>MECANISMO</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
NS/NC	14	43,75
Ninguno	11	34,38
Incentivos por pago oportuno de impuestos	4	12,50
Créditos	3	9,38
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 73**  
**MECANISMOS DE APOYO DEL GOBIERNO**



**Fuente:** Cuadro N° 73

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***c). Políticas de Estado***

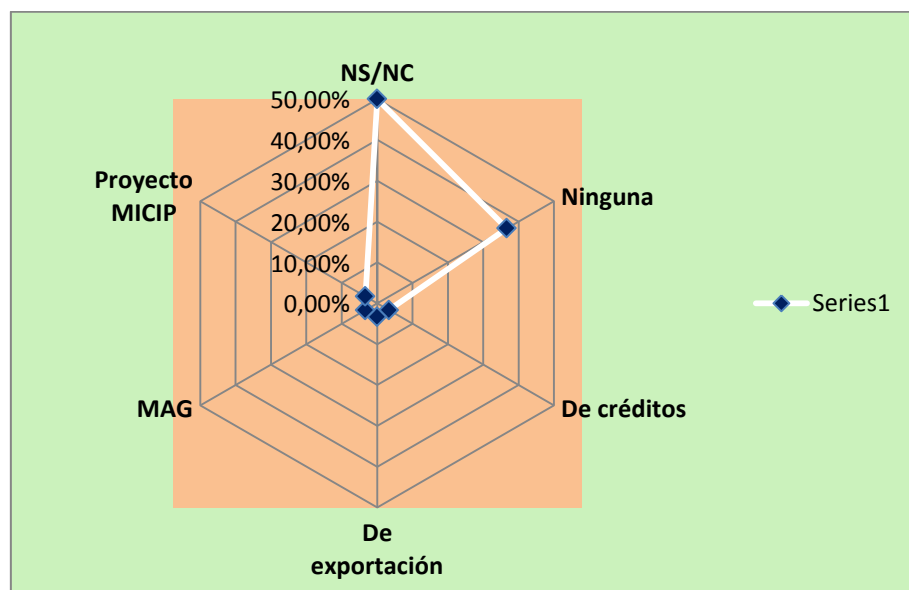
Conforme a las cifras que se presenta en el siguiente cuadro y gráfico las principales políticas que maneja el Gobierno son con un 3,33 por ciento individual Políticas, de Crédito y Exportación , a través del MAG y mediante proyectos del MICIP; sin embargo existe un 86,67 por ciento que No sabe, no conoce, o afirma que Ninguna.

**CUADRO N° 74  
POLÍTICAS DEL ESTADO**

<b>POLÍTICAS</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
NS/NC	15	50,00
Ninguna	11	36,67
De créditos	1	3,33
De exportación	1	3,33
MAG	1	3,33
Proyecto MICIP	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 74**  
**POLÍTICAS DEL ESTADO**



**Fuente:** Cuadro N° 74

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***d). Políticas del Gobierno para mejorar la competitividad.***

El 10 por ciento de los encuestados mencionó que le ayuda la eliminación del pago del registro sanitario; y con un 3,33% individual las campañas “consume lo nuestro”. En contraposición a lo dicho hay un 86,66 por ciento que no Saben, no conocen y que no existe Ninguna política que maneje el gobierno con el fin de mejorar la competitividad del subsector dedicado a la Fabricación de sustancias y productos químicos.

**CUADRO N° 75**  
**POLÍTICAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD**

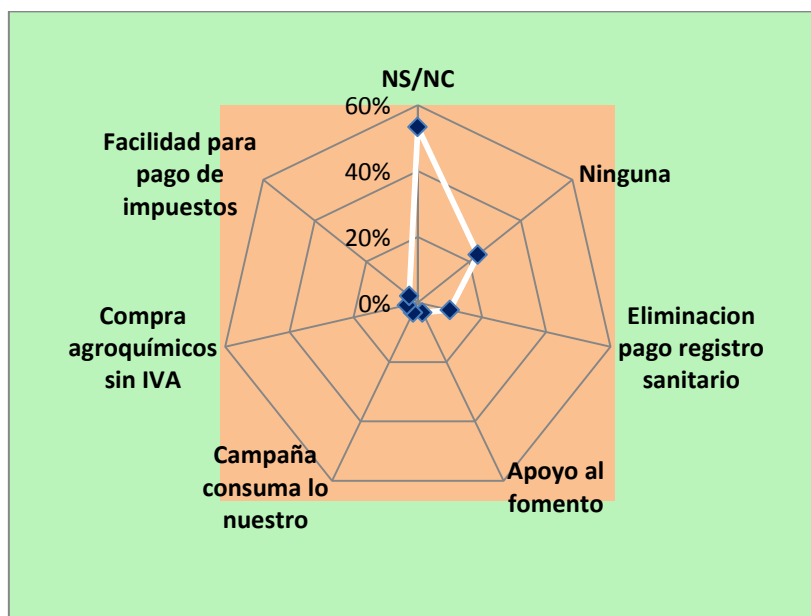
<b>POLÍTICAS</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
NS/NC	16	53,33
Ninguna	7	23,33
Eliminación pago registro sanitario	3	10,00
Apoyo al fomento	1	3,33
Campaña consume lo nuestro	1	3,33
Compra agroquímicos no IVA	1	3,33
Facilidad para pago impuestos	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla



**GRÁFICO N° 75**  
**POLÍTICAS DEL GOBIERNO**



**Fuente:** Cuadro N° 75

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***e). Incidencia de la política tributaria, financiera, laboral, y de comercio exterior en la competitividad de las Pymes.***

Respecto a la política tributaria 22 PYMEs contestaron que incide para éstas de una forma positiva, debido a los incentivos que ahora propone el gobierno, 7 afirman por el contrario que les afecta negativamente, 1 No sabe o no conoce respecto al tema; mientras que en la política financiera 21 PYMEs opinan que incide para éstas positivamente 5 respondieron que les influye negativamente y apenas 4 No sabe o no conoce; en lo que se refiere a política laboral 20 dicen que les incide positivamente , 5 negativamente, y 4 No saben o no conocen ; y finalmente en lo que tiene que ver con la política de comercio exterior a 9 les incide de una forma positiva, a 5 negativamente, y 16 No saben o no conocen.

**CUADRO N° 76**

**INCIDENCIA DE POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA, LABORAL, Y DE COMERCIO EXTERIOR EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES.**

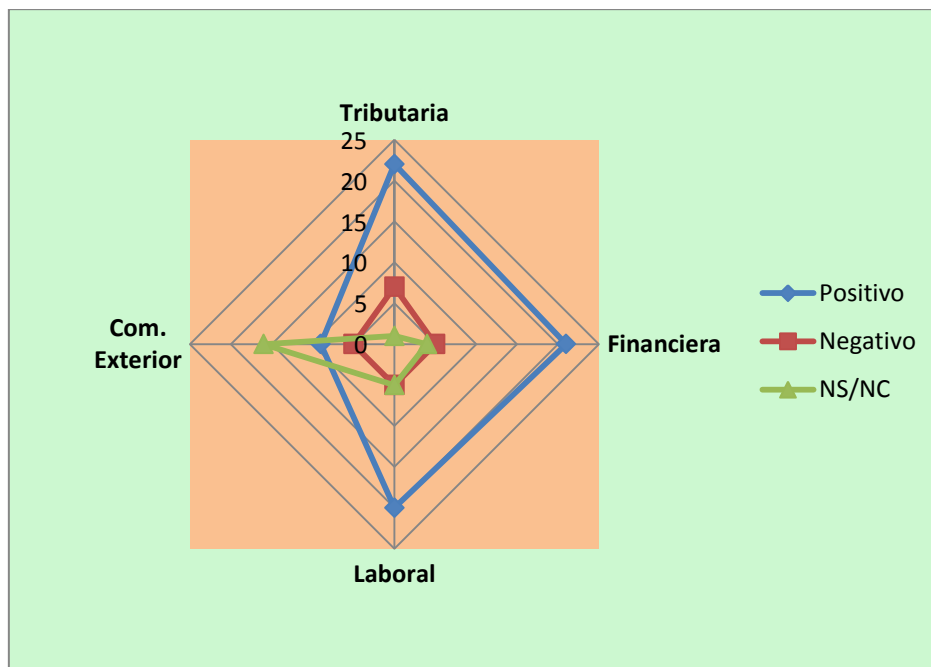
<b>Políticas</b>	<b>Positivamente</b>	<b>Negativamente</b>	<b>NS/NC</b>	<b>TOTAL</b>
<b>Tributaria</b>	22	7	1	<b>30</b>
<b>Financiera</b>	21	5	4	<b>30</b>
<b>Laboral</b>	20	5	5	<b>30</b>
<b>Com. Exterior</b>	9	5	16	<b>30</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### GRÁFICO N° 76

#### INCIDENCIA DE POLÍTICA TRIBUTARIA, FINANCIERA, LABORAL, Y DE COMERCIO EXTERIOR EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYMES



**Fuente:** Cuadro N° 76

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***f). Costos de servicios básicos***

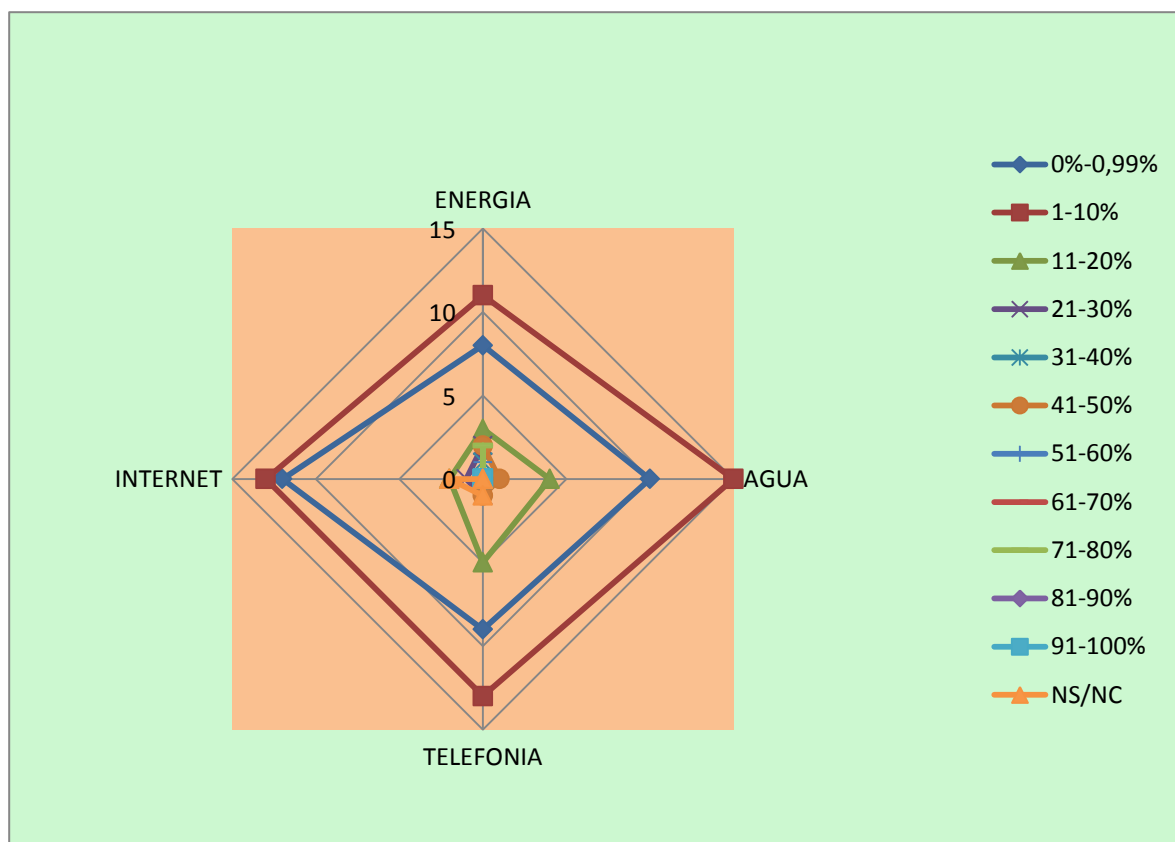
De acuerdo al siguiente cuadro éste confirma la percepción de los empresarios encuestados acerca del costo e incidencia de los servicios básicos, a 11 PYMEs les afecta en la utilidad final de su empresa entre 1-10%, la energía eléctrica, en este mismo rango 15 consumen agua, 13 telefonía e internet; y luego 8 mencionaron que consumen energía entre 0-0.99%, en este mismo rango 10 agua, 9 consumen telefonía, y 12 internet; posteriormente, en un rango que va de 11-20% de consumo 3 dijeron que se ubican en éste con el consumo de energía eléctrica, 4 en lo que se refiere al agua, 5 a telefonía, y apenas 2 internet.

**CUADRO N° 77  
COSTOS DE LOS SERVICIOS BÁSICOS**

<b>Rango</b>	<b>ENERGÍA</b>	<b>AGUA</b>	<b>TELEFONÍA</b>	<b>INTERNET</b>
<b>0%-0,99%</b>	8	10	9	12
<b>1-10%</b>	11	15	13	13
<b>11-20%</b>	3	4	5	2
<b>21-30%</b>	2	0	1	1
<b>31-40%</b>	1	0	0	0
<b>41-50%</b>	2	1	1	0
<b>51-60%</b>	1	0	0	0
<b>61-70%</b>	0	0	0	0
<b>71-80%</b>	2	0	0	0
<b>81-90%</b>	0	0	0	0
<b>91-100%</b>	0	0	0	0
<b>NS/NC</b>	0	0	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 77**  
**EFFECTO DE LOS SERVICIOS EN EL COSTO**



**Fuente:** Cuadro N° 77

**Elaborado por:** María Sol Padilla

## 4.5 SECCIÓN INSTITUCIONES

### *a). Vinculación con Instituciones Públicas*

Las PYMEs del CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos por el desarrollo de sus actividades operativas se encuentran vinculadas con las siguientes instituciones públicas un 20 por ciento de las respuestas mencionó con el SRI, un 16,47 con el Municipio de Quito, el 12,94 con el IESS, un 11,76 con el Ministerio de Medio Ambiente, un 9,41 con el Ministerio de Salud; y un 7,06 por ciento con el Ministerio de Agricultura.

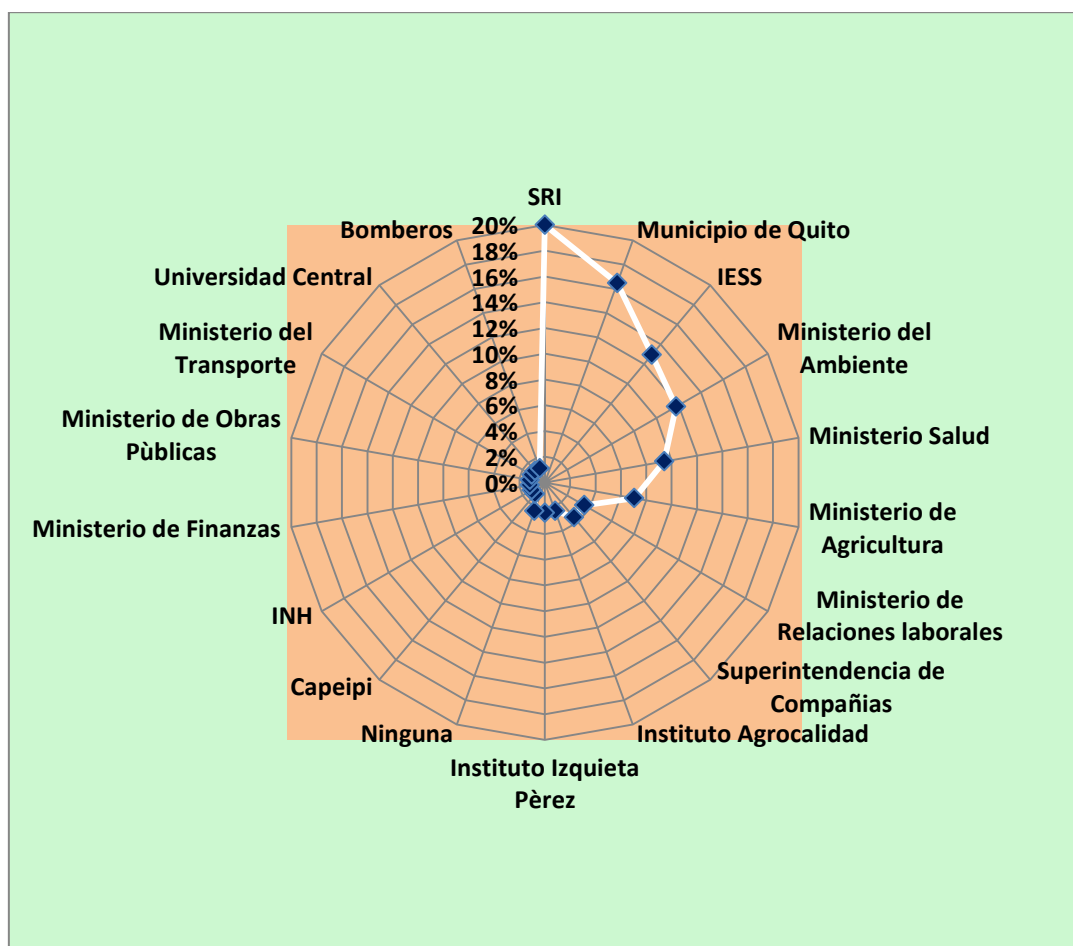
**CUADRO N° 78**  
**INSTITUCIONES PÚBLICAS RELACIONADAS CON LAS**  
**PYMES**

<b>INSTITUCIONES</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
SRI	17	20,00
Municipio de Quito	14	16,47
IESS	11	12,94
Ministerio del Ambiente	10	11,76
Ministerio Salud	8	9,41
Ministerio de Agricultura	6	7,06
Ministerio de Relaciones laborales	3	3,53
Superintendencia de Compañías	3	3,53
Instituto Agrocalidad	2	2,35
Instituto Izquieta Pèrez	2	2,35
Ninguna	2	2,35
Capeipi	1	1,18
INH	1	1,18
Ministerio de Finanzas	1	1,18
Ministerio de Obras Pùblicas	1	1,18
Ministerio del Transporte	1	1,18
Universidad Central	1	1,18
Bomberos	1	1,18
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 78**  
**INSTITUCIONES PÚBLICAS RELACIONADAS CON LAS PYMEs**



**Fuente:** Cuadro N° 78

**Elaborado por:** María Sol Padilla



***b). Satisfacción en la prestación de los servicios***

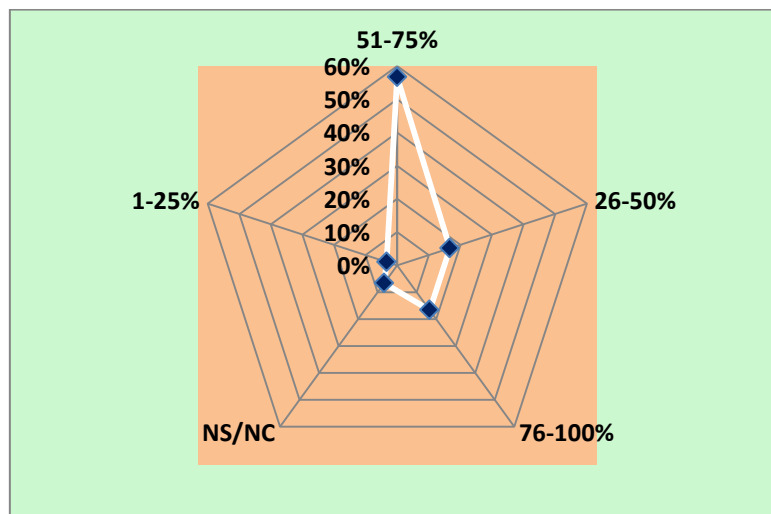
17 de las 30 PYMEs confirman que el grado de cumplimiento con sus clientes se encuentra entre el 51-75%. 5 entre 26-50% igualmente 5 afirman entre 76-100%; 1 afirma que entre 1-25%, mientras que 2 No saben o no conocen.

**CUADRO N° 79**  
**SATISFACCIÓN EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS**

<b>RANGO</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>51-75%</b>	17	56,67
<b>26-50%</b>	5	16,67
<b>76-100%</b>	5	16,67
<b>NS/NC</b>	2	6,67
<b>1-25%</b>	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 79**  
**SATISFACCIÓN EN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS**



**Fuente:** Cuadro N° 79

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*c). Colaboración de las instituciones públicas para lograr un mercado de libre competencia.*

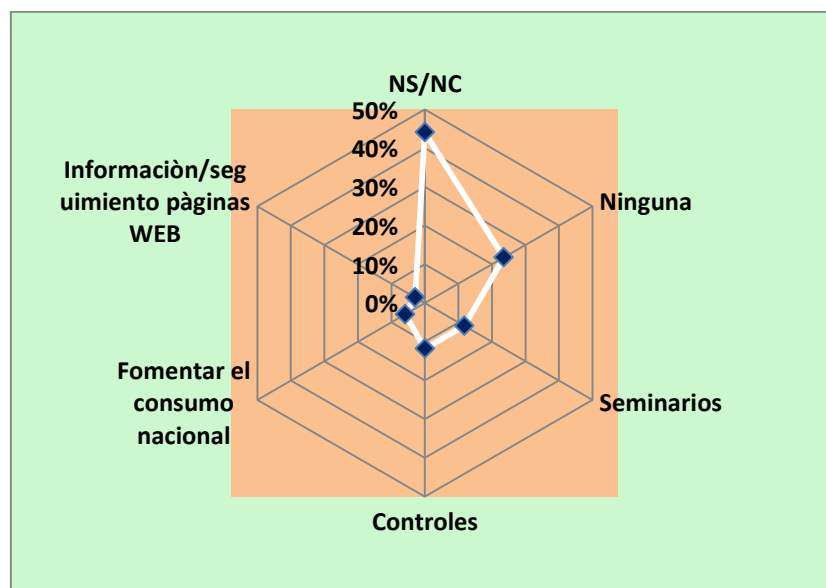
Conforme a las cifras que se presenta en el siguiente cuadro, se observa que la manera de colaborar por parte de las empresas es con el 11,76% individual brindando Seminarios y Controles, Fomentando el consumo nacional con un 5,88%; y por medio Información general con un 2,94%. Sin embargo existe un 44,12% que No sabe o no conoce acerca del tema.

**CUADRO N° 80**  
**COLABORACIÓN DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS**  
**PARA LOGRAR UN MERCADO DE LIBRE COMPETENCIA**

<b>MECANISMOS</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
NS/NC	15	44,12
Ninguna	8	23,53
Seminarios	4	11,76
Controles	4	11,76
Fomentar el consumo nacional	2	5,88
Información/ seguimiento páginas WEB	1	2,94
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 80**  
**COLABORACIÓN DE LAS INSTITUCIONES PÚBLICAS**  
**PARA LOGRAR UN MERCADO DE LIBRE COMPETENCIA**



**Fuente:** Cuadro N° 80

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***d). Protección de los derechos a la propiedad y a la iniciativa privada***

Los resultados obtenidos fueron los siguientes: 44,12% mencionó mediante la Ley de propiedad intelectual; el 8,82% a través de los Ministerios respectivos; y finalmente el 2,94% afirmó a través de las distintas Cámaras. Sin embargo el 32,35% de las PYMEs afirmó que no existe Ningún tipo de protección; y el 11,76% No sabe o no conoce;

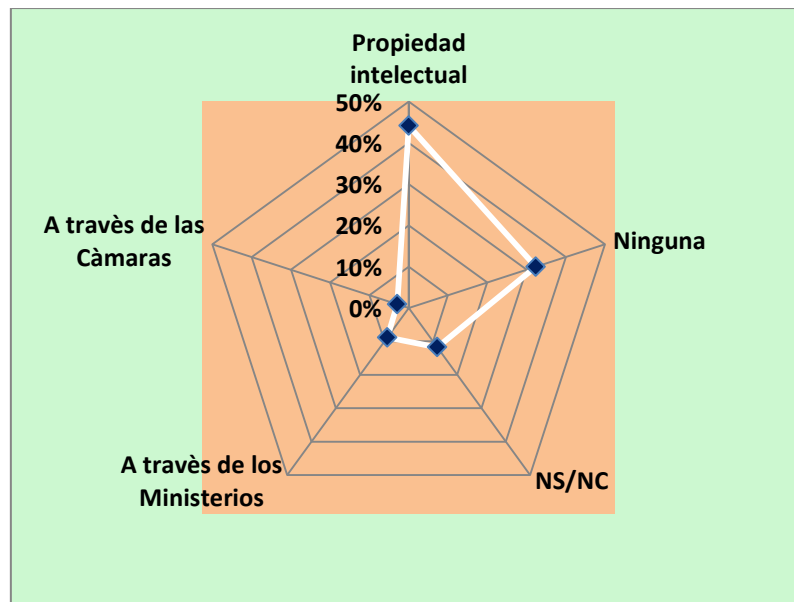
**CUADRO N° 81**  
**PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS A LA PROPIEDAD Y**  
**A LA INICIATIVA PRIVADA**

<b>PROTECCIÓN A LOS DERECHOS P E I P</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Ley de Propiedad intelectual	15	44,12
Ninguna	11	32,35
NS/NC	4	11,76
A través de los Ministerios	3	8,82
A través de las Cámaras	1	2,94
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 81**  
**PROTECCIÓN DE LOS DERECHOS A LA PROPIEDAD Y A LA**  
**INICIATIVA PRIVADA**



**Fuente:** Cuadro N° 81

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*e). Asociaciones o agremiaciones a las que las PYMEs se encuentran afiliadas.*

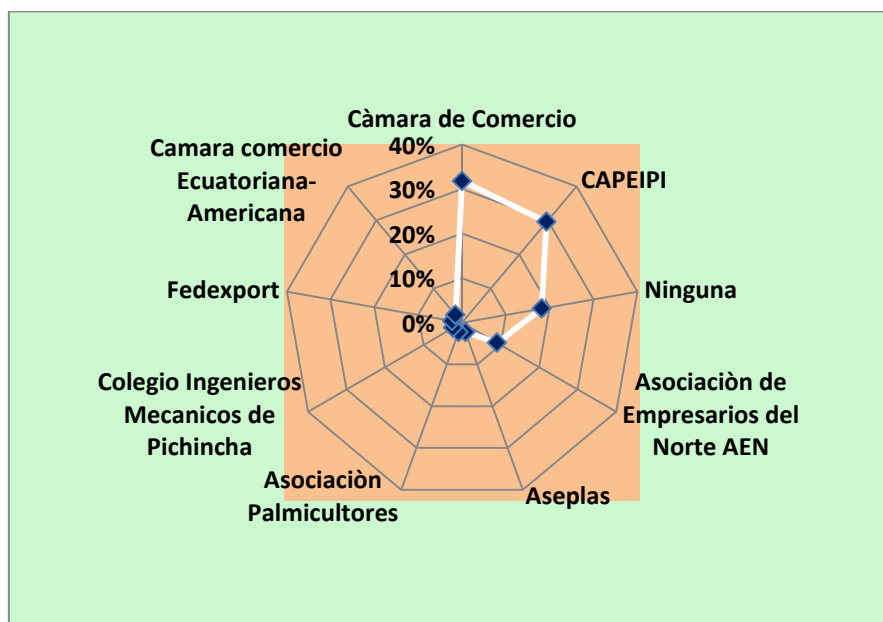
La asociación a la que más se encuentran afiliados los entrevistados con un 31,82% es a la Cámara de comercio seguido con un 29,55% la CAPEIPI, luego con un 9,09% la Asociación de Empresarios del Norte, y finalmente con un 2,27% individual a las siguientes instituciones: Aseplas, Asociación de palmicultores, Fedexport, Colegio de Ingenieros mecánicos de Pichincha, y la Cámara de comercio ecuatoriana – americana.

**CUADRO N° 82**  
**ASOCIACIONES O AGREMAICIONES A LAS QUE LAS**  
**PYMEs SE ENCUENTRAN AFILIADAS**

	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Cámara de Comercio	14	31,82
CAPEIPI	13	29,55
Ninguna	8	18,18
Asociación de Empresarios del Norte AEN	4	9,09
Aseplas	1	2,27
Asociación Palmicultores	1	2,27
Colegio Ingenieros Mecánicos de Pichincha	1	2,27
Fedexport	1	2,27
Cámara comercio Ecuatoriana- Americana	1	2,27
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 82**  
**ASOCIACIONES O AGREMAICIONES A LAS QUE LAS PYMEs SE**  
**ENCUESTRAN AFILIADAS**



**Fuente:** Cuadro N° 82

**Elaborado por:** María Sol Padilla



*f). Manera en que las diferentes asociaciones o agremiaciones defienden los intereses empresariales.*

La opinión del grupo investigado en esta pregunta dio como resultado que un 29,73% menciona Asesorías; 21,62% por medio de Información general; 18,92% mencionó Capacitación, y apenas un 2,70% individual dijo que mediante el Vínculo con asociaciones; sin embargo con un 24,32% mencionaron que de Ninguna manera defienden sus intereses empresariales

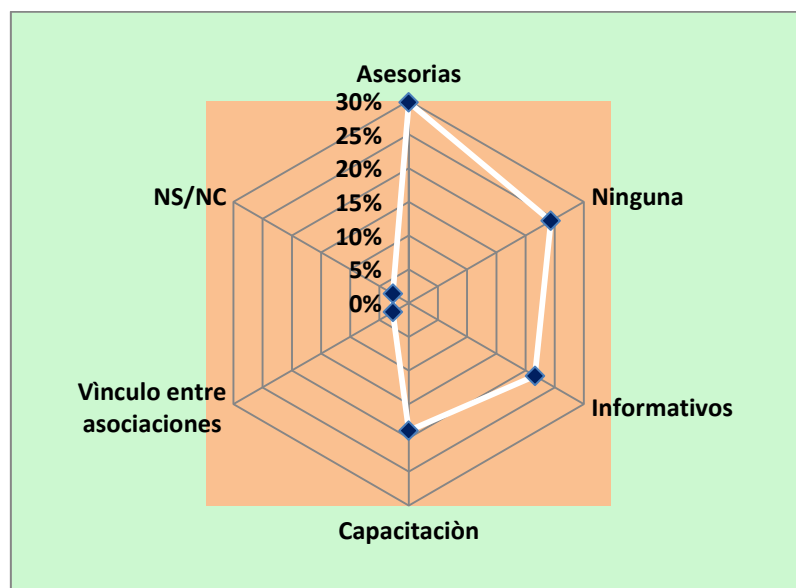
**CUADRO N° 83**  
**MANERAS EN QUE LAS DIFERENTES AGREMIACIONES**  
**DEFIENDEN LOS INTERESES EMPRESARIALES**

	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Asesorías	11	29,73
Ninguna	9	24,32
Informativos	8	21,62
Capacitación	7	18,92
Vínculo entre asociaciones	1	2,70
NS/NC	1	2,70
<b>TOTAL</b>	<b>37</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 83**  
**MANERAS EN QUE LAS DIFERENTES AGREMIACIONES**  
**DEFIENDEN LOS INTERESES EMPRESARIALES**



**Fuente:** Cuadro N° 83

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***g). Inseguridad y corrupción en las Instituciones***

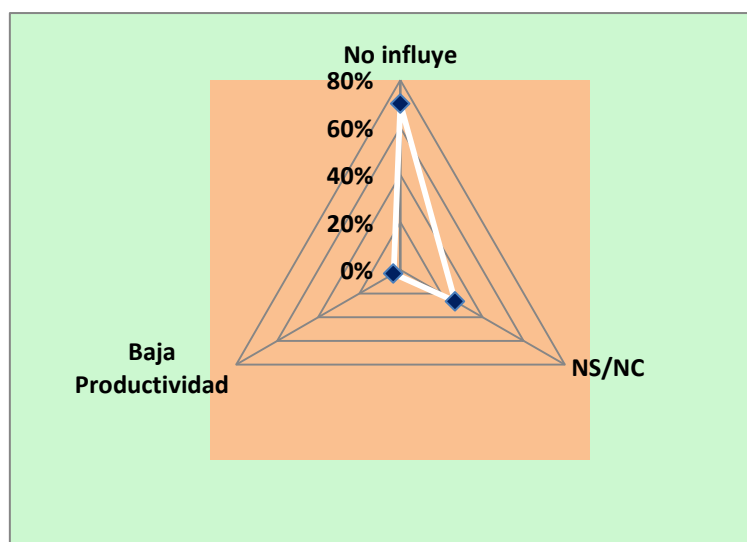
Conforme a las cifras que se presenta en el siguiente cuadro, la principal consecuencia de la inseguridad y corrupción en las Instituciones con un 3,33% es la baja Productividad.

**CUADRO N° 84**  
**INSEGURIDAD Y CORRUPCIÓN EN LAS INSTITUCIONES**

	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
No influye	21	70,00
NS/NC	8	26,67
Baja Productividad	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>18,92</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 84**  
**INSEGURIDAD Y CORRUPCIÓN EN LAS INSTITUCIONES**



**Fuente:** Cuadro N° 84  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

#### 4.6 SECCIÓN INFRAESTRUCTURA FÍSICA

##### *a). Calidad y disponibilidad de la infraestructura física.*

11 PYMEs del subsector C20, calificaron al transporte terrestre, marítimo y aéreo como “MUY BUENO”; 17 opinan que es “BUENO”; 20 de “BUENO” a distribución de energía eléctrica y gas, mientras 21 como “BUENO”; a la infraestructura de puertos y aeropuertos y 20 de “MUY BUENO”, en lo que se refiere a los servicios sanitarios.

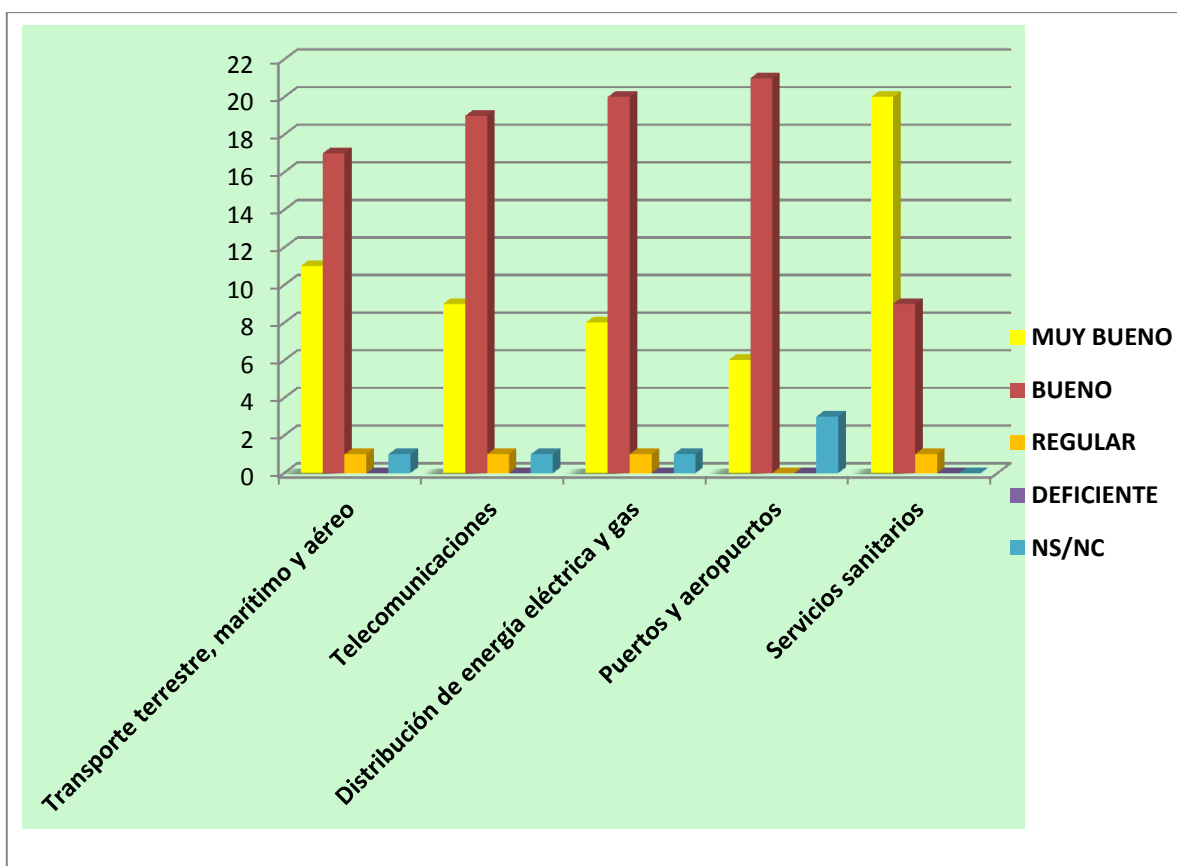
**CUADRO N° 85**  
**CALIDAD Y DISPONIBILIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA**  
**FÍSICA NACIONAL**

	Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
MUY BUENO	11	9	8	6	20
BUENO	17	19	20	21	9
REGULAR	1	1	1	0	1
DEFICIENTE	0	0	0	0	0
NS/NC	1	1	1	3	0
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 85**  
**CALIDAD Y DISPONIBILIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA**  
**FÍSICA DEL ESTADO**



**Fuente:** Cuadro N° 85

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***b). Porcentaje en el que influye la infraestructura física***

De acuerdo al siguiente cuadro y gráfico la infraestructura del Transporte terrestre marítimo y aéreo influye para 13 empresas en un rango de 0-25 por ciento del costo. Con las telecomunicaciones 13 empresas dijeron que influyen entre 0-25, y otras 13 entre 26-50. Con la Distribución de energía eléctrica y gas, 20 PYMEs dijeron que influye en sus actividades entre 0-25; en lo referente a Puertos y aeropuertos a 22 empresas dicen que influyen entre 0-25 y; finalmente Servicios sanitarios a 27 empresas incide de 0-25%.

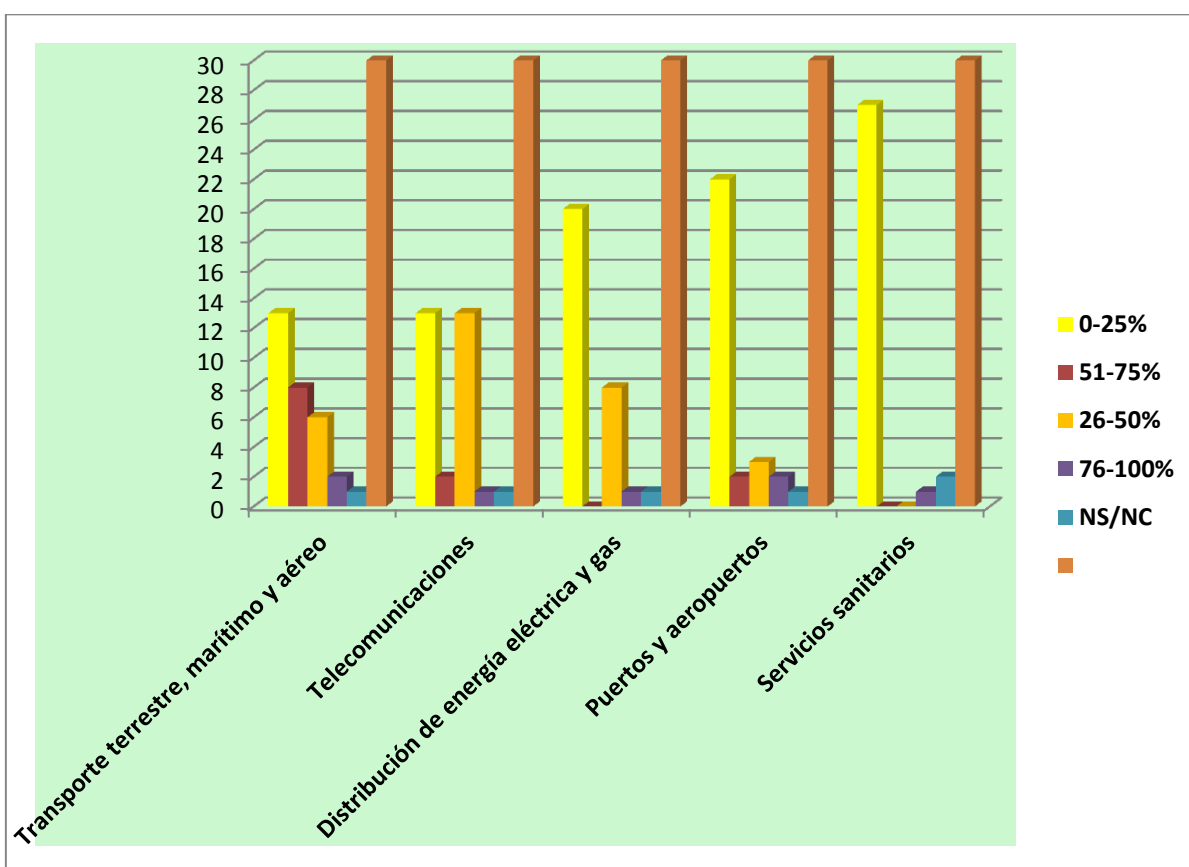
**CUADRO N° 86**  
**PORCENTAJE EN EL QUE INFLUYE LA INFRAESTRUCTURA FÍSICA**

<b>RANGO</b>	<b>Transporte terrestre, marítimo y aéreo</b>	<b>Telecomunicaciones</b>	<b>Distribución de energía eléctrica y gas</b>	<b>Puertos y aeropuertos</b>	<b>Servicios sanitarios</b>
<b>0-25%</b>	13	13	20	22	27
<b>51-75%</b>	8	2	0	2	0
<b>26-50%</b>	6	13	8	3	0
<b>76-100%</b>	2	1	1	2	1
<b>NS/NC</b>	1	1	1	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 86**  
**PORCENTAJE EN EL QUE INFLUYE LA INFRAESTRUCTURA**  
**FÍSICA**



**Fuente:** Cuadro N° 86

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*c). Influencia de la infraestructura del Estado en la consecución de nuevos mercados.*

En lo referente al transporte terrestre marítimo y aéreo 12 empresas opinaron que influye en un rango de 0-25%; a 7 les influye en un rango de 51-75%. Con las telecomunicaciones; 14 empresas dijeron que influye para ellas de 0-25%, a 10 entre 25-50%.

Distribución de energía eléctrica y gas, 20 PYMEs dijeron que influye en sus actividades entre 0-25%; 6 empresas entre 26-50%.

Puertos y aeropuertos a 23 PYMEs influye entre 0-25% y 4 NS o NC.

Servicios sanitarios a 27 les parece que les incide de 0-25% y 2 NS o NC.

**CUADRO N° 87**  
**INFLUENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA DEL ESTADO EN**  
**LA CONSECUCIÓN DE NUEVOS MERCADOS.**

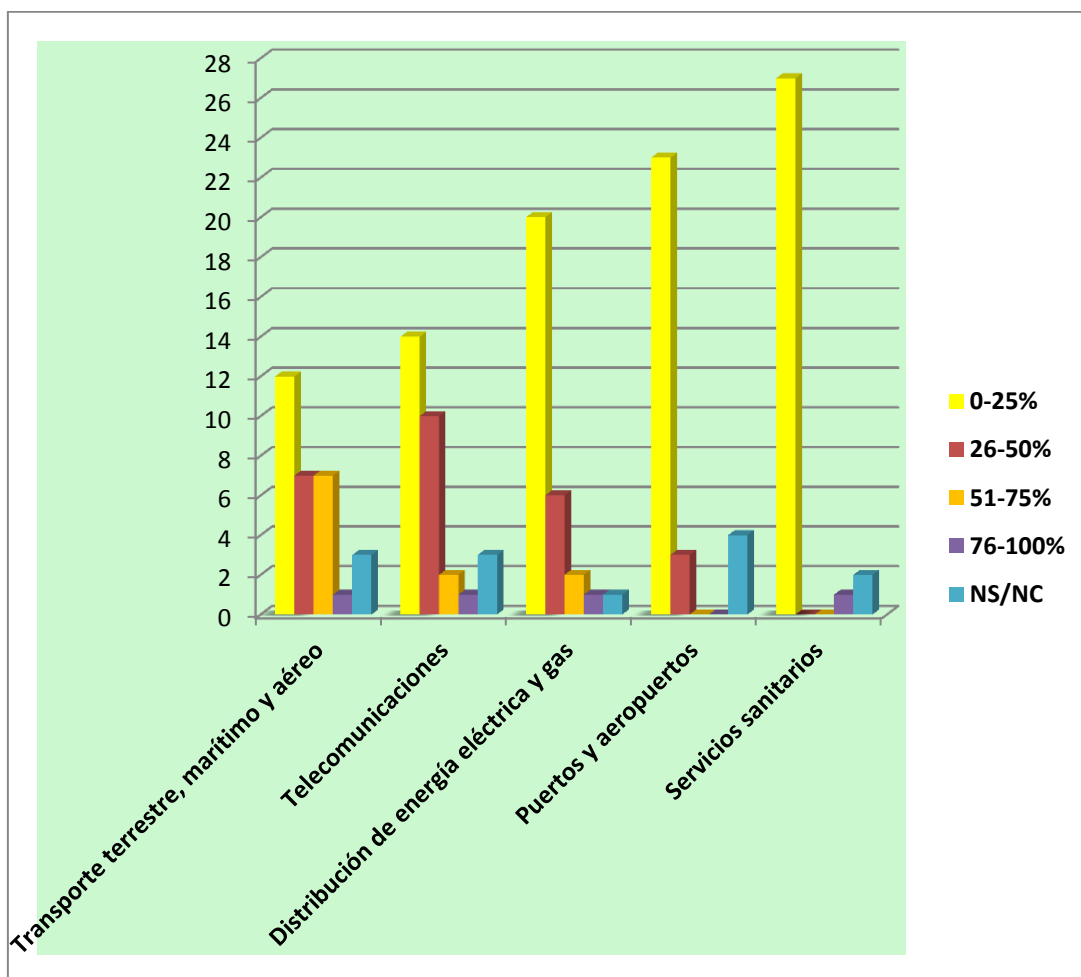
RANGO	Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
0-25%	12	14	20	23	27
26-50%	7	10	6	3	0
51-75%	7	2	2	0	0
76-100%	1	1	1	0	1
NS/NC	3	3	1	4	2
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla



**GRÁFICO N° 87**  
**INFLUENCIA DE LA INFRAESTRUCTURA DEL ESTADO EN LA**  
**CONSECUCCIÓN DE NUEVOS MERCADOS.**



**Fuente:** Cuadro N° 87

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*d). Colaboración del sector privado en el desarrollo de la infraestructura nacional*

Según muestra el cuadro N° 88 los resultados obtenidos fueron: en el transporte terrestre marítimo y aéreo 13 PYMEs afirman que SI colaboran, mientras que 17 opinan que NO.

Telecomunicaciones, 12 afirman que SI existe colaboración y 18 que NO;

En lo referente a Distribución de energía eléctrica y gas 24 empresas dicen que NO hay colaboración del sector privado y 6 opinan que NO.

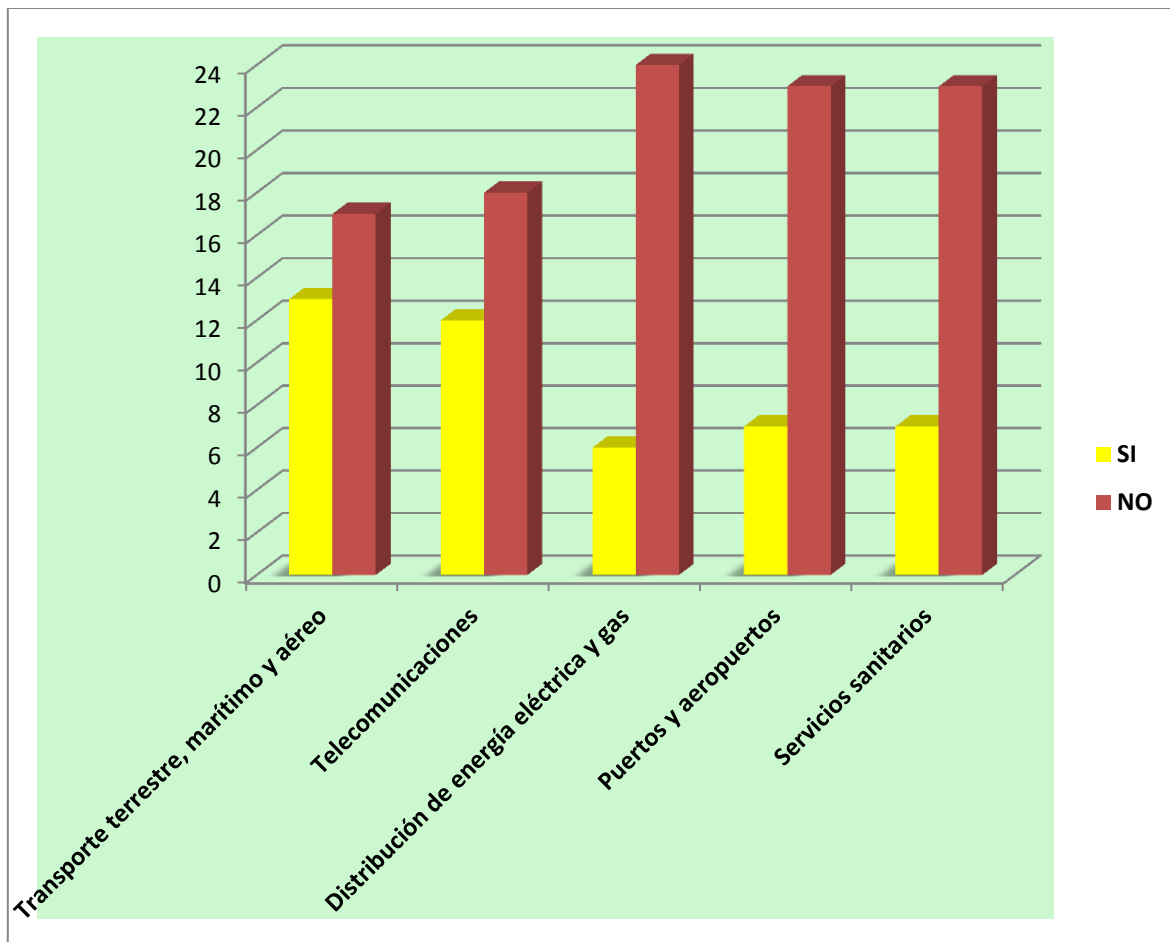
Puertos y aeropuertos Y Servicios sanitarios, 23 empresas contestaron que NO colaboran, y 7 que SI.

**CUADRO N° 88**  
**COLABORACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN EL**  
**DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA NACIONAL**

	Transporte terrestre, marítimo y aéreo	Telecomunicaciones	Distribución de energía eléctrica y gas	Puertos y aeropuertos	Servicios sanitarios
SI	13	12	6	7	7
NO	17	18	24	23	23
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 88**  
**COLABORACIÓN DEL SECTOR PRIVADO EN EL**  
**DESARROLLO DE LA INFRAESTRUCTURA NACIONAL**



**Fuente:** Cuadro N° 88

**Elaborado por:** María Sol Padilla

#### 4.7 MERCADO FINANCIERO

*a). Actividades empresariales financiadas con los productos que ofrece el sistema financiero.*

Conforme a las cifras que se presenta en el siguiente cuadro, las PYMEs investigadas afirmaron que las principales actividades financiadas con préstamos bancarios son el 36,67 por ciento de las respuestas confirman que recurren al sistema financiero por Capital de trabajo; con un 20 para Compra de maquinaria; 16,67 para Proyectos de inversión; el 10 individual para Importación de materias primas y pago a proveedores, mientras que un 6,67% para otros usos.

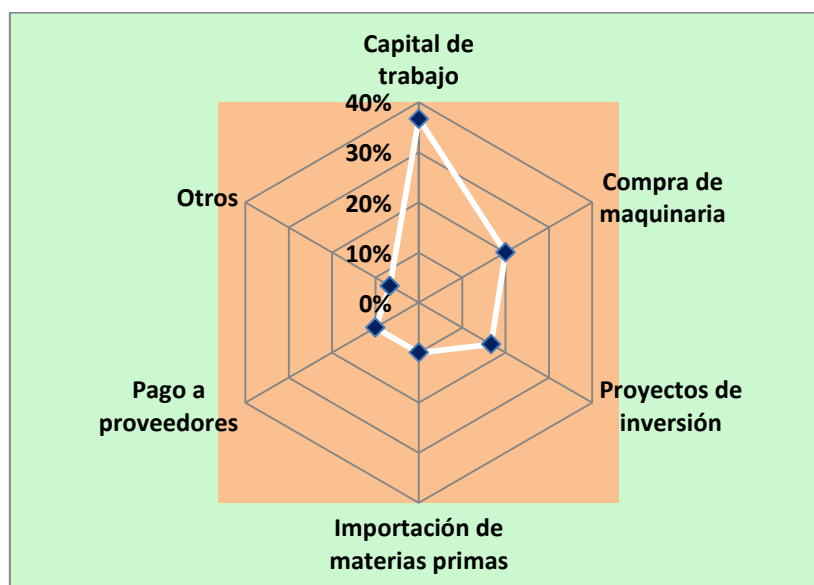
**CUADRO N° 89**  
**ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS CON LOS**  
**PRODUCTOS QUE OFRECE EL SISTEMA FINANCIERO.**

<b>Productos del Sistema Financiero</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Capital de trabajo	11	36,67
Compra de maquinaria	6	20,00
Proyectos de inversión	5	16,67
Importación de materias primas	3	10,00
Pago a proveedores	3	10,00
Otros usos	2	6,67
<b>TOTAL</b>	<b>85</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 89**

**ACTIVIDADES EMPRESARIALES FINANCIADAS CON LOS PRODUCTOS QUE OFRECE EL SISTEMA FINANCIERO.**



**Fuente:** Cuadro N° 89

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***b). Porcentaje de los créditos otorgados por las entidades bancarias privadas que cubren la normal operación de la empresa.***

Esta pregunta busca conocer dos aspectos el primero, si las PYMEs investigadas acceden o no a créditos con la banca privada y el segundo hasta que porcentaje le cubre dicho crédito; y de acuerdo al siguiente cuadro (N° 90) y a los Gráfico N° 90 y N° 91 indican que 9 PYMEs que acceden lo usan para financiar capital de trabajo, 1 de éstas no accede y 20 No saben o no conocen.

Para la adquisición de maquinaria 3 si acceden para dicho rubro; 27 No saben o no conocen que porcentaje del crédito es cubierto, y en lo referente a:

Proyectos de inversión: 4 acceden mientras que 26 No saben o no conocen.

Importación de materias primas 2 si acceden para este rubro y 28 No saben o no conocen.

Para Pago a proveedores, 3 si acceden; mientras que 27 empresas No saben o no conocen.

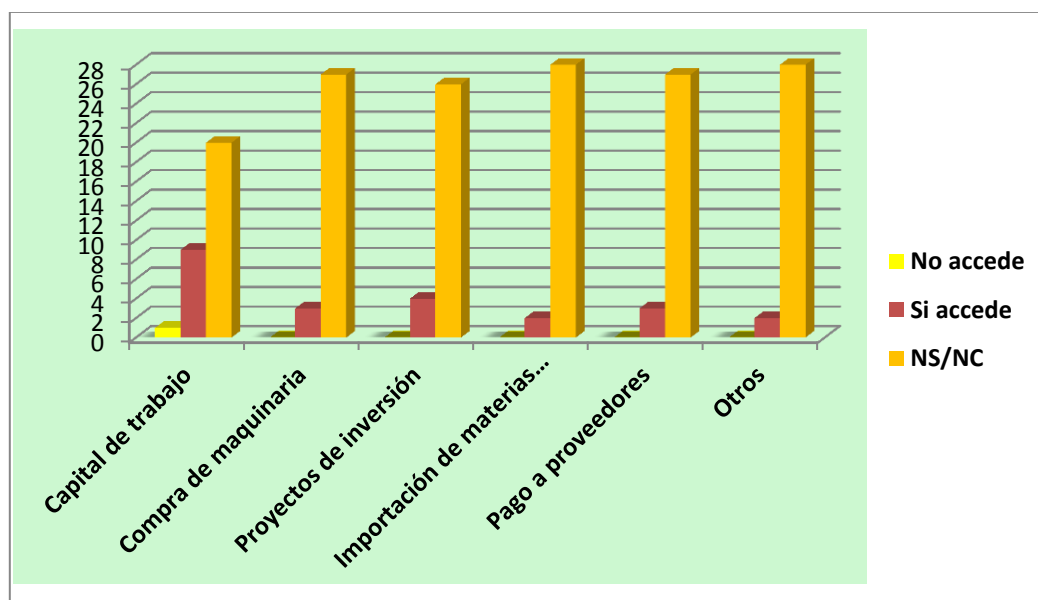
Otras actividades, 2 si acceden y 28 PYMEs No saben o no conocen

**CUADRO N° 90**  
**NÚMERO DE EMPRESAS QUE ACCEDEN A CRÉDITOS DE**  
**LA BANCA PRIVADA**

	Capital de trabajo	Compra de maquinaria	Proyectos de inversión	Importación de materias primas	Pago a proveedores	Otros
No accede	1	0	0	0	0	0
Si accede	9	3	4	2	3	2
NS/NC	20	27	26	28	27	28
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

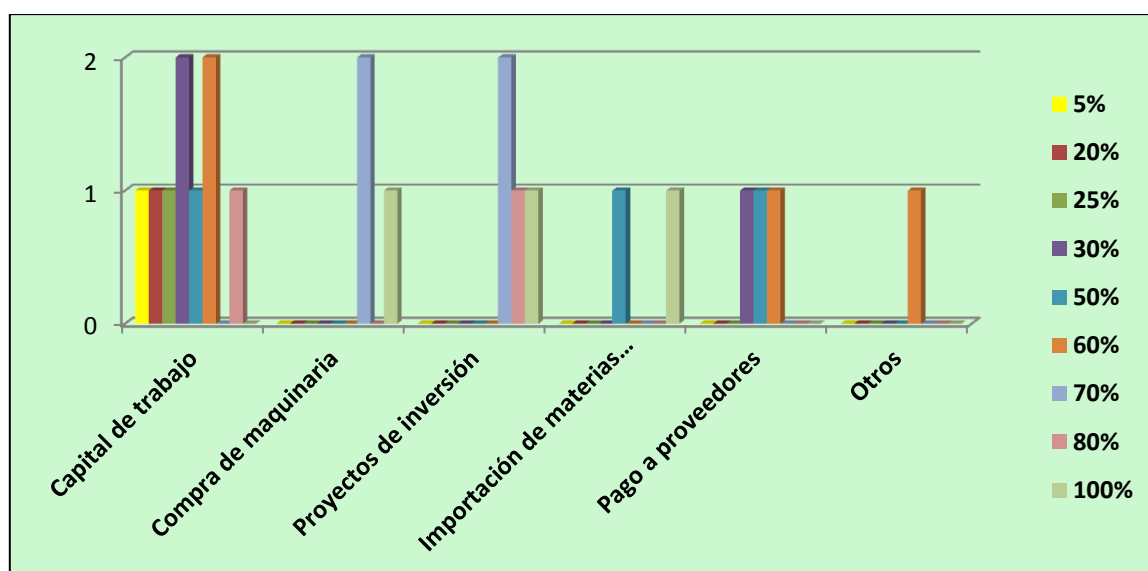
**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 90**  
**NÚMERO DE EMPRESAS QUE ACCEDEN A CRÉDITOS DE**  
**LA BANCA PRIVADA**



**Fuente:** Cuadro N° 90  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 91**  
**PORCENTAJE DE LOS CRÉDITOS OTORGADOS POR LAS**  
**ENTIDADES BANCARIAS PRIVADAS QUE CUBREN LA NORMAL**  
**OPERACIÓN DE LA EMPRESA.**



**Fuente:** Cuadro N° 90

**Elaborado por:** María Sol Padilla



*c). Herramientas para determinar las necesidades financieras de la empresa*

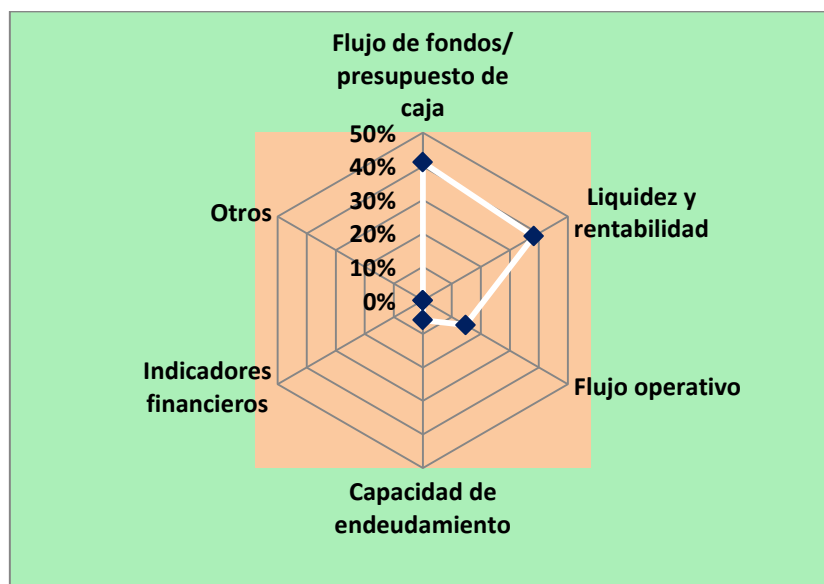
El 41,18% de los encuestados afirma que mediante un Flujo de fondos; un 38,24% mediante Liquidez y rentabilidad; y un 14,71% a través del Flujo operativo.

**CUADRO N° 91**  
**HERRAMIENTAS PARA DETERMINAR LAS NECESIDADES**  
**DE LA EMPRESA**

<b>HERRAMIENTAS</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Flujo de fondos/ presupuesto de caja	14	41,18%
Liquidez y rentabilidad	13	38,24%
Flujo operativo	5	14,71%
Capacidad de endeudamiento	2	5,88%
Indicadores financieros	0	0,00%
Otros	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 92**  
**HERRAMIENTAS PARA DETERMINAR LAS NECESIDADES**  
**DE LA EMPRESA**



**Fuente:** Cuadro N° 91

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*d). Hasta que porcentaje los créditos cubren la normal operación de la empresa*

Tanto las empresas que acceden al crédito, como las que no, No conocen en que porcentaje cubren los organismos de crédito estatales sus actividades.

**CUADRO N° 92**  
**PORCENTAJE DE LOS CRÉDITOS ESTATALES QUE**  
**CUBREN LA NORMAL OPERACIÓN DE LA EMPRESA**

	Capital de trabajo	Compra de maquinaria	Importación de materias primas	Pago a proveedores	Proyectos de inversión	Otros
No accede	2	0	0	0	0	0
Si accede	2	1	0	0	0	0
NS/NC	26	29	30	30	30	30
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*e) Financiamiento de actividades para cambios tecnológicos, reestructuración industrial e investigación y desarrollo*

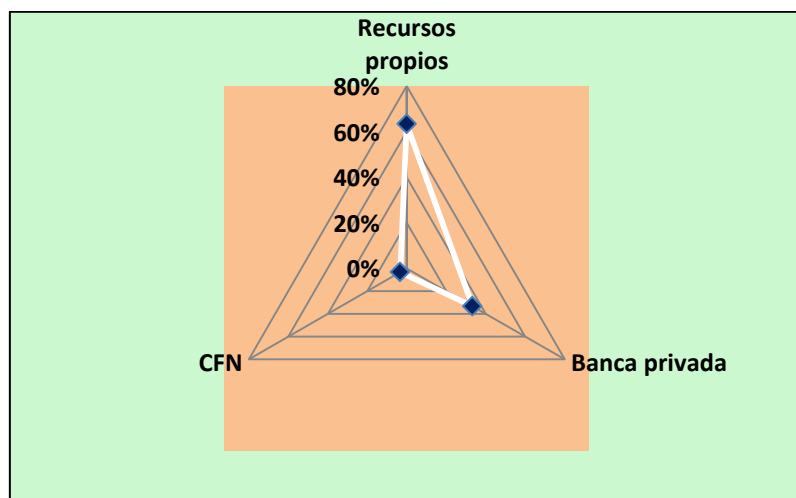
El 63,33 por ciento de los estudios que realizan las PYMEs se realizan con recursos propios, mientras que el 33,33 se financia con la banca privada; y el 3,33 por ciento con la Corporación Financiera Nacional.

**CUADRO N° 93**  
**ORGANISMOS QUE FINANCIAN ESTUDIOS**

<b>INTERMEDIARIO FINANCIERO</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Recursos propios	19	63,33
Banca privada	10	33,33
CFN	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 93**  
**ORGANISMOS QUE FINANCIAN ESTUDIOS**



**Fuente:** Cuadro N° 93

**Elaborado por:** María Sol Padilla

#### 4.8 EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL

##### *a). Formación del personal*

El 56,90 por ciento de las respuestas aseveran que la formación académica del personal de las empresas, tiene formación secundaria; el 20 mantienen una formación universitaria; el 17,93 afirmaron que culminaron su educación primaria; y apenas un 5,17 por ciento tienen una formación en tecnología

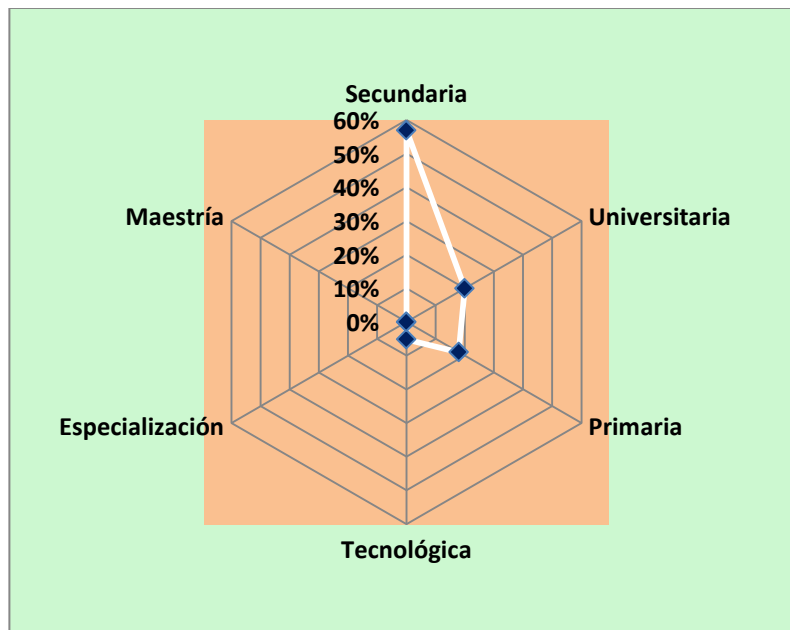
**CUADRO N° 94**  
**FORMACIÓN DEL PERSONAL**

	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Secundaria	21	56,90%
Universitaria	8	20,00%
Primaria	8	17,93%
Tecnológica	3	5,17%
Especialización	0	0,00%
Maestría	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>40</b>	<b>98,00%</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 94**  
**PROMEDIO DE FORMACIÓN DEL PERSONAL DE LA**  
**EMPRESA**



**Fuente:** Cuadro N° 94

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***b). Principales destrezas y habilidades que caracterizan al personal de la empresa.-***

Según la opinión de los empresarios las principales habilidades y destrezas de su personal, en cuanto a competencias genéricas resultaron sea el 22,06 por ciento eficacia del personal; y el 17,65 logro y acción; en lo que se refiere a competencias técnicas el 36,76 mencionó habilidades operativas; y 7,35 por ciento habilidades técnico profesionales.

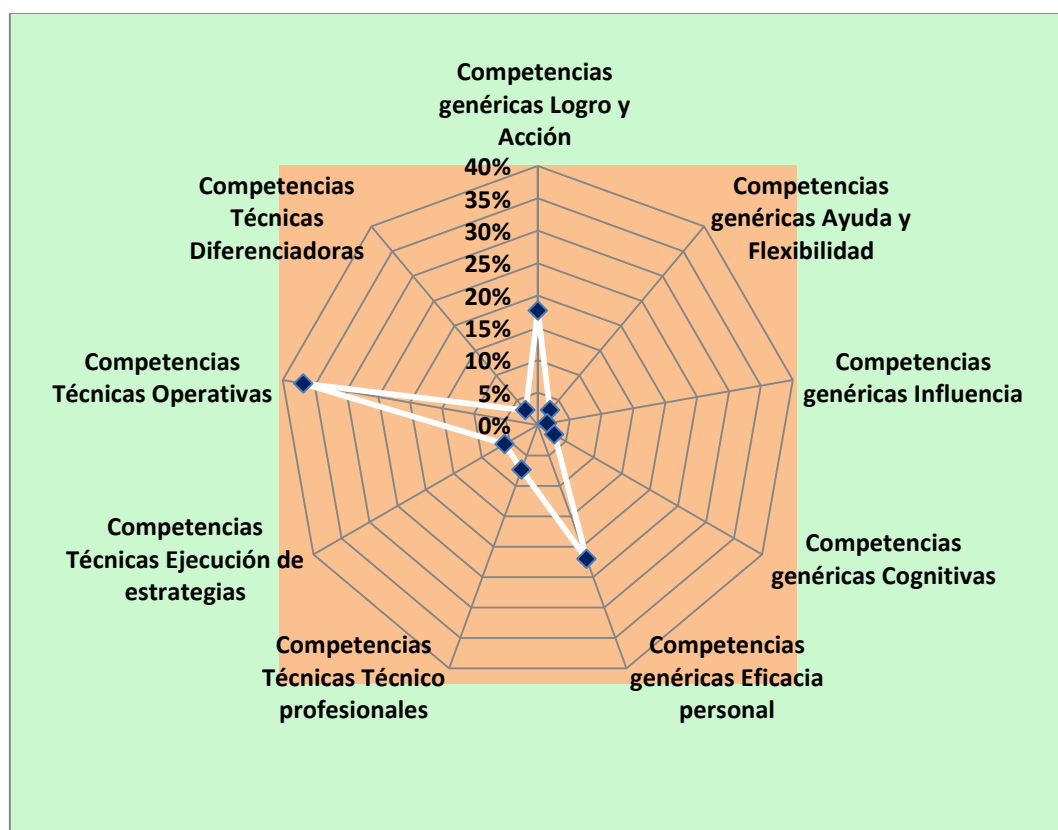
**CUADRO N° 95  
DESTREZAS Y HABILIDADES QUE CARACTERIZAN AL  
PERSONAL**

DESTREZAS		N° RESPUESTAS	%
<b>Competencias genéricas</b>	Logro y Acción	12	17,65
	Ayuda y Flexibilidad	2	2,94
	Influencia	1	1,47
	Cognitivas	2	2,94
	Eficacia personal	15	22,06
<b>Competencias Técnicas</b>	Técnico profesionales	5	7,35
	Ejecución de estrategias	4	5,88
	Operativas	25	36,76
	Diferenciadoras	2	2,94
<b>TOTAL</b>		<b>68</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla



**GRÁFICO N° 95**  
**DESTREZAS Y HABILIDADES QUE CARACTERIZAN AL**  
**PERSONAL**



**Fuente:** Cuadro N° 95

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***c). Eficiencia y productividad de la fuerza laboral***

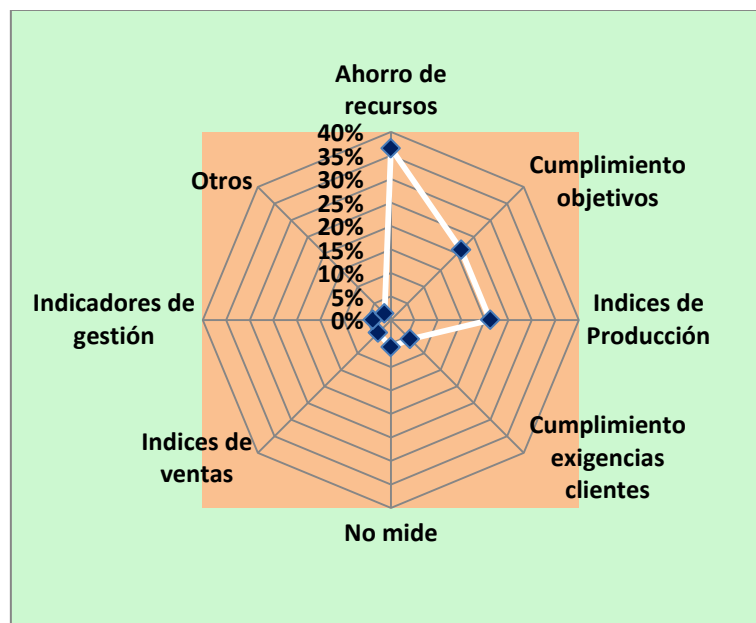
Según indica el cuadro y gráfico siguiente un 36,54 por ciento mide por ahorro de recursos; un 21,15 por ciento individual por cumplimiento de objetivos e índices de producción; y un 5,77 por ciento por cumplimiento de exigencias del cliente.

**CUADRO N° 96**  
**EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL**

<b>EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Ahorro de recursos	19	36,54
Cumplimiento objetivos	11	21,15
Índices de Producción	11	21,15
Cumplimiento exigencias clientes	3	5,77
No mide	3	5,77
Índices de ventas	2	3,85
Indicadores de gestión	2	3,85
Otros	1	1,92
<b>TOTAL</b>	<b>52</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 96**  
**EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL**



**Fuente:** Cuadro N° 96

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*d). Nivel de productividad que tiene la fuerza laboral de su subsector.*

22 empresas de las 30 PYMEs encuestadas dentro del CIIU C20 afirman que el nivel de productividad de la fuerza laboral del subsector es “DEFICIENTE”, 4 opinan que es “REGULAR”, 3 afirman que es “BUENA”, y solo 1 dijo que es “MUY BUENA”.

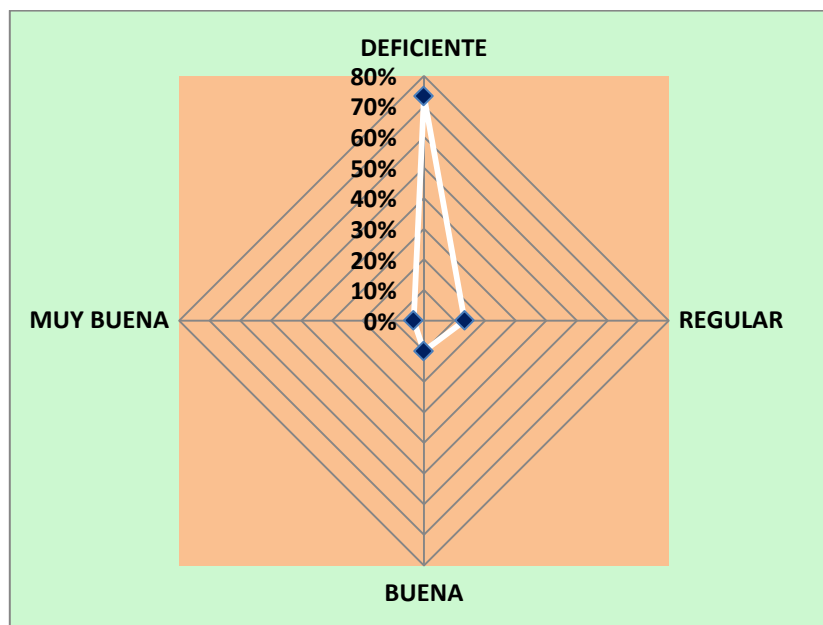
**CUADRO N° 97**  
**NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DEL PERSONAL**

	<b>%</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>
<b>DEFICIENTE</b>	73,33%	22
<b>REGULAR</b>	13,33%	4
<b>BUENA</b>	10,00%	3
<b>MUY BUENA</b>	3,33%	1
<b>TOTAL</b>	<b>100,00%</b>	<b>30</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 97**  
**NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DEL PERSONAL**



**Fuente:** Cuadro N° 97

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*e). Nivel de productividad a nivel interno*

El resultado de la opinión de los encuestados en dicha pregunta fue: con un 50% el nivel de su productividad es “BUENA”; con un 40% “MUY BUENA”; mientras que con un 3,33% “REGULAR”.

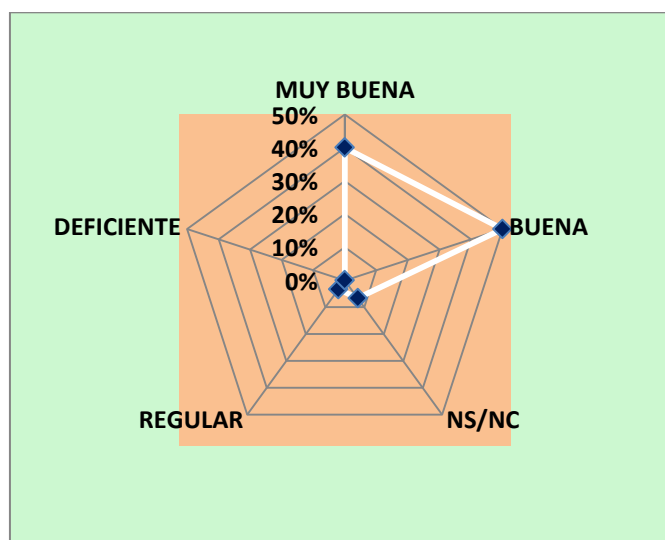
**CUADRO N° 98**  
**NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA**

CALIFICACIÓN	No. RESPUESTAS	%
MUY BUENA	12	40,00
BUENA	15	50,00
NS/NC	2	6,67
REGULAR	1	3,33
DEFICIENTE	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 98**  
**NIVEL DE PRODUCTIVIDAD DE LA EMPRESA**



**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*f). Aspectos que estimulan la política salarial*

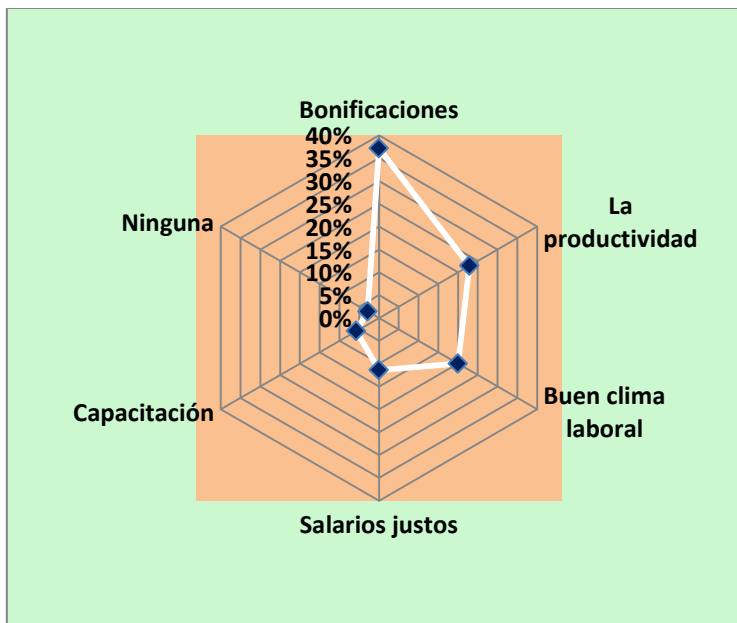
El 37,14 por ciento opina que un aspecto de motivación salarial son las bonificaciones; un 22,86 la productividad; el 20 señala el clima laboral y un 11,43 por ciento expresó que ofrecen salarios justos.

**CUADRO N° 99**  
**ASPECTOS DE POLÍTICA SALARIAL**

<b>FACTORES</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Bonificaciones	13	37,14
La productividad	8	22,86
Buen clima laboral	7	20,00
Salarios justos	4	11,43
Capacitación	2	5,71
Ninguna	1	2,86
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 99**  
**ASPECTOS DE POLÍTICA SALARIAL**



**Fuente:** Cuadro N° 99

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***g). Sindicato en las empresas***

En base a la investigación realizada se encontró que las PYMEs, no tienen sindicato que represente la fuerza laboral.



***h). Relación entre trabajadores y empleadores***

Las respuestas en base a esta pregunta fue la siguiente: el 60% respondió que mantiene “MUY BUENA” relación con el resto de sus trabajadores; el 36,67% “BUENA”, mientras que con un 3,33% “REGULAR”.

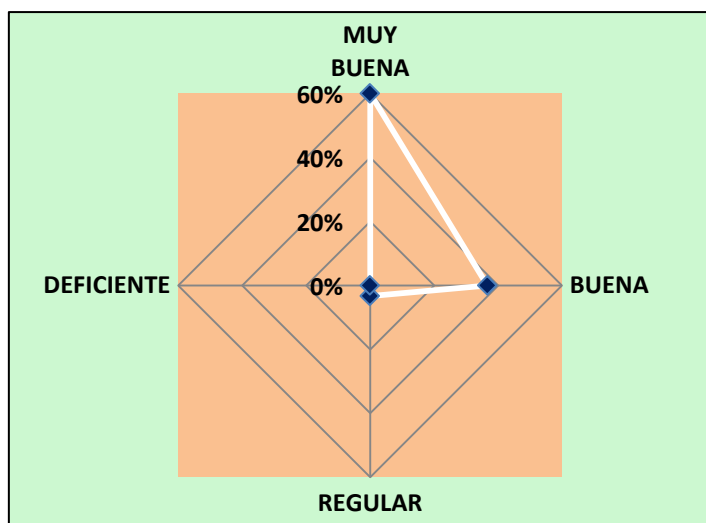
**CUADRO N° 100**  
**RELACIÓN ENTRE TRABAJADORES Y EMPLEADORES**

<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
MUY BUENA	18	60,00%
BUENA	11	36,67%
REGULAR	1	3,33%
DEFICIENTE	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 100**  
**RELACIÓN ENTRE TRABAJADORES Y EMPLEADORES**



**Fuente:** Cuadro N° 100

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*i). Programas de desarrollo profesional*

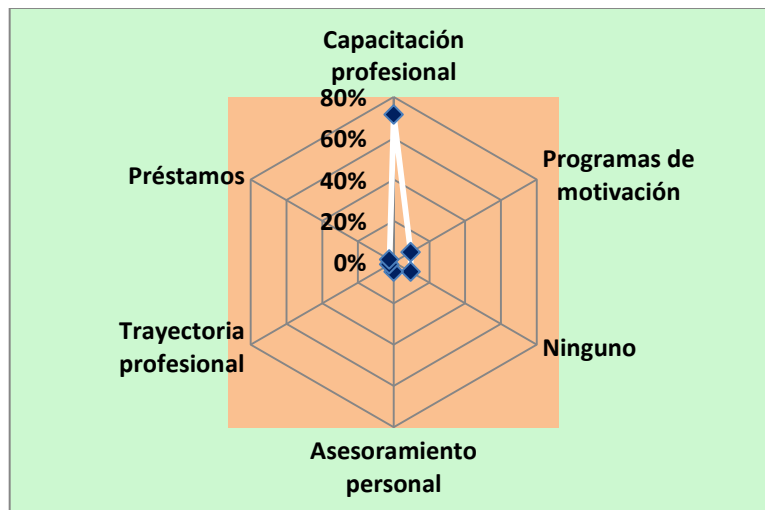
Conforme al siguiente cuadro el 71,43% mencionó que ofrecen capacitación a sus empleados, el 9,52% programas de motivación; con un 4,76% asesoramiento al personal, y con un 2,38% individual, trayectoria profesional y préstamos.

**CUADRO N° 101**  
**PROGRAMAS DE DESARROLLO PROFESIONAL Y**  
**PERSONAL EN LA EMPRESA**

<b>PROGRAMA</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Capacitación profesional	30	71,43
Programas de motivación	4	9,52
Ninguno	4	9,52
Asesoramiento personal	2	4,76
Trayectoria profesional	1	2,38
Préstamos	1	2,38
<b>TOTAL</b>	<b>42</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 101**  
**PROGRAMAS DE DESARROLLO PROFESIONAL Y**  
**PERSONAL EN LA EMPRESA**



**Fuente:** Cuadro N° 101

**Elaborado por:** María Sol Padilla

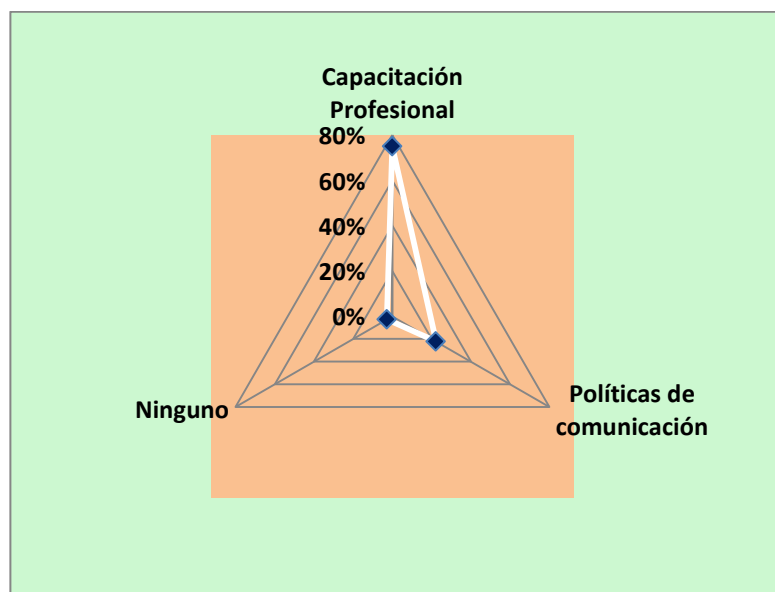
***j). Programas y políticas para el perfeccionamiento del personal***

El perfeccionamiento del personal es indispensable sobretudo en industrias de manufactura en las cuales se requiere se conocimientos y habilidades por el trabajo de detalle que requiere el producto final; es así que los empresarios opinaron lo siguiente: el 75% dijo que se brinda capacitación en distintos temas a los empleados; y con un 22,22% programas de motivación.

**CUADRO N° 102  
PROGRAMAS Y POLÍTICAS PARA EL  
PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL**

<b>PROGRAMAS</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Capacitación Profesional	27	75,00
Programas de motivación	8	22,22
Ninguno	1	2,78
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 102****PROGRAMAS Y POLÍTICAS PARA EL  
PERFECCIONAMIENTO DEL PERSONAL**

**Fuente:** Cuadro N° 102

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***k). Influencia de la política laboral en la contratación del personal.***

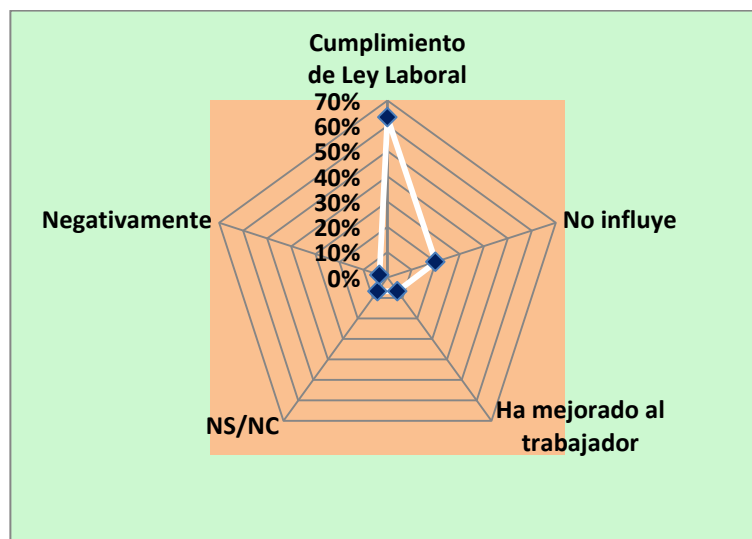
En la contratación de personal influye en un 63,33 por ciento cumplimiento de la ley que determina el gobierno; y el 20 manifiesta que “No le influye”.

**CUADRO N° 103**  
**INFLUENCIA DE LA POLÍTICA LABORAL EN LA**  
**CONTRATACIÓN DEL PERSONAL**

	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Cumplimiento de Ley Laboral	19	63,33
No influye	6	20,00
Ha mejorado al trabajador	2	6,67
NS/NC	2	6,67
Negativamente	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 103****INFLUENCIA DE LA POLÍTICA LABORAL EN LA  
CONTRATACIÓN DEL PERSONAL**

**Fuente:** Cuadro N° 103

**Elaborado por:** María Sol Padilla

#### 4.9 SECCION DESARROLLO TECNOLÓGICO

##### *a). Programas de mejoramiento continuo*

Los diversos programas de mejoramiento continuo que administran las PYMEs del subsector estudiado se refieren, en un 23,26 por ciento a la Aplicación de normas, con un 16,28 programas relacionados con calidad, y el 2,33 círculos de calidad. Complementariamente, el 58,14 por ciento de las respuestas, indica que no aplica ningún programa de mejoramiento

**CUADRO N° 104**  
**PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO DE LA EMPRESA**

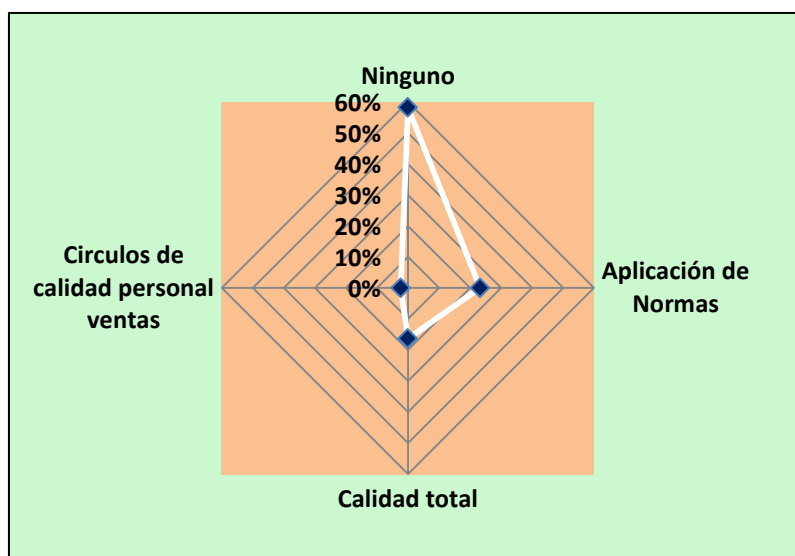
	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Ninguno	25	58,14
Aplicación de Normas	10	23,26
Calidad total	7	16,28
Círculos de calidad personal ventas	1	2,33
<b>TOTAL</b>	<b>43</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla



**GRÁFICO N° 104**  
**PROGRAMAS DE MEJORAMIENTO DE LA EMPRESA**



**Fuente:** Cuadro N° 104

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***b). Entidades o personas que han colaborado en la implementación de programas de mejoramiento***

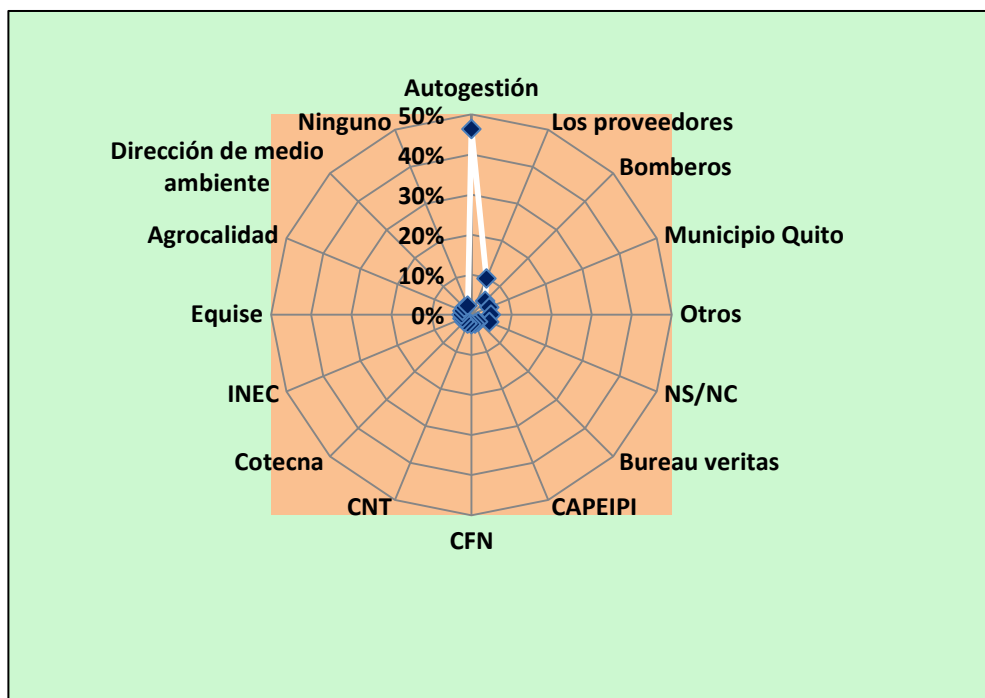
Conforme a las cifras que se presentan en el cuadro y gráfico N° 105, las PYMEs correspondientes al CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos, han mejorado su gestión, en un 46,34 por ciento gracias a su Autogestión; un 9,76 por exigencias de sus Proveedores; con un 4,88 por ciento individual el Cuerpo de bomberos, y el Municipio de Quito, y los porcentajes restantes corresponde a las instituciones que puede observarse en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 105  
ENTIDADES O PERSONAS QUE HAN COLABORADO  
EN LA IMPLEMENTACIÓN DE PROGRAMAS DE  
MEJORAMIENTO**

<b>ENTIDADES</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Autogestión	19	46,34
Los proveedores	4	9,76
Bomberos	2	4,88
Municipio Quito	2	4,88
Otros	2	4,88
NS/NC	2	4,88
Bureau Veritas	1	2,44
CAPEIPI	1	2,44
CFN	1	2,44
CNT	1	2,44
COTECNA	1	2,44
INEC	1	2,44
EQUISE	1	2,44
AGROCALIDAD	1	2,44
Dirección de medio ambiente	1	2,44
Ninguno	1	2,44
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 105**  
**ENTIDADES O PERSONAS QUE HAN COLABORADO EN**  
**LA IMPLEMENTACIÓN DE PROGRAMAS DE**  
**MEJORAMIENTO**



**Fuente:** Cuadro N° 105

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***c). Fortalezas tecnológicas de la competencia.***

Un 46,34 por ciento a la fortaleza tecnológica; el 12,20 individual a grandes capitales e infraestructura, mientras que con un 4,88 los siguientes: facilidad para importar, disponibilidad de sistemas administrativos/operativos, y los porcentajes restantes pertenecen a las respuestas que puede observarse en el siguiente cuadro.

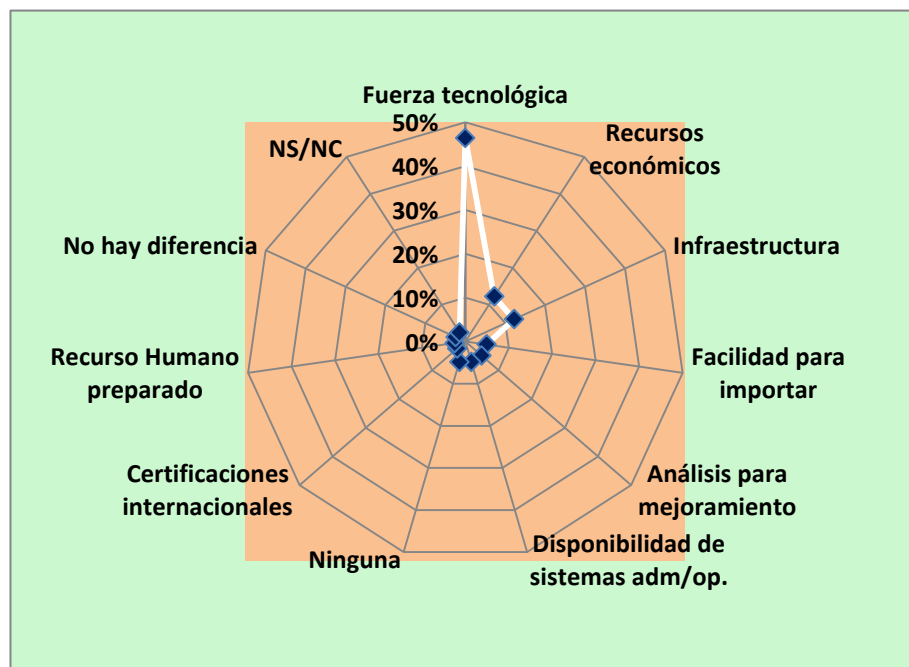
**CUADRO N° 106  
FORTALEZAS TECNOLÓGICAS DE LA COMPETENCIA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Fuerza tecnológica	19	46,34
Recursos económicos	5	12,20
Infraestructura	5	12,20
Facilidad para importar	2	4,88
Análisis para mejoramiento	2	4,88
Disponibilidad de sistemas administrativos/operativos	2	4,88
Ninguna	2	4,88
Certificaciones internacionales	1	2,44
Recurso Humano preparado	1	2,44
No hay diferencia	1	2,44
NS/NC	1	2,44
<b>TOTAL</b>	<b>41</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 106**  
**FORTALEZAS TECNOLÓGICAS DE LA COMPETENCIA**



**Fuente:** Cuadro N° 106

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***d). Área de Producción.***

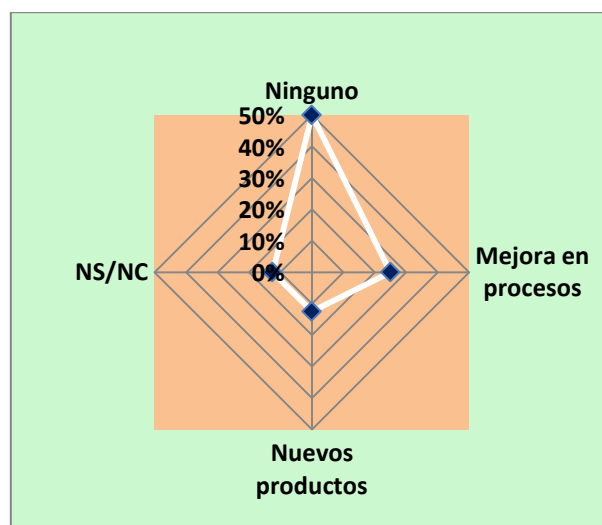
Los principales cambios que han hecho las PYMEs del subsector en el área de producción han sido con un 25 por ciento Mejora de procesos; y el 12,50 lanzamiento de Nuevos productos. En contraposición a lo dicho un 50,00 por ciento no han hecho Ningún cambio.

**CUADRO N° 107**  
**CAMBIOS EN LOS PRODUCTOS O PROCESOS**  
**PRODUCTIVOS**

	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Ninguno	16	50,00
Mejora en procesos	8	25,00
Nuevos productos	4	12,50
NS/NC	4	12,50
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 107**  
**CAMBIOS EN LOS PRODUCTOS O PROCESOS**  
**PRODUCTIVOS**



**Fuente:** Cuadro N° 107

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**e). Área de Marketing.**

El 16,67 por ciento mejoró la atención al cliente; el 13,33 la imagen de los productos, y el 3,33 por ciento el plan estratégico.

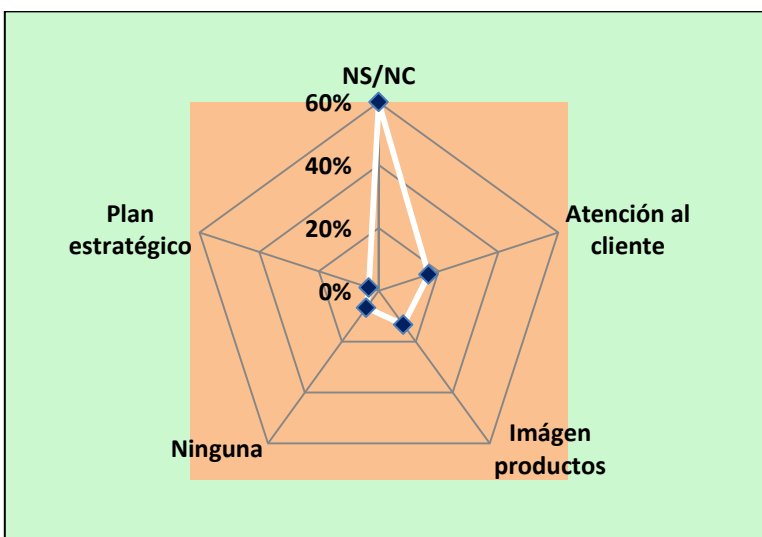
**CUADRO N° 108**  
**INNOVACIONES REALIZADAS POR LA EMPRESA**  
**ÁREA DE MARKETING**

	No. RESPUESTAS	%
NS/NC	18	60,00
Atención al cliente	5	16,67
Imagen productos	4	13,33
Ninguna	2	6,67
Plan estratégico	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 108**  
**INNOVACIONES REALIZADAS POR LA EMPRESA**  
**ÁREA DE MARKETING**



**Fuente:** Cuadro N° 108  
**Elaborado por:** María Sol Padilla



*f). Área Administrativa*

De las respuestas del área administrativa el 13,33 por ciento ha innovado gracias a la implementación de sistemas; el 6,67 individual por nuevo personal y mejora de la infraestructura y el 3,33 por ciento por la responsabilidad social corporativa.

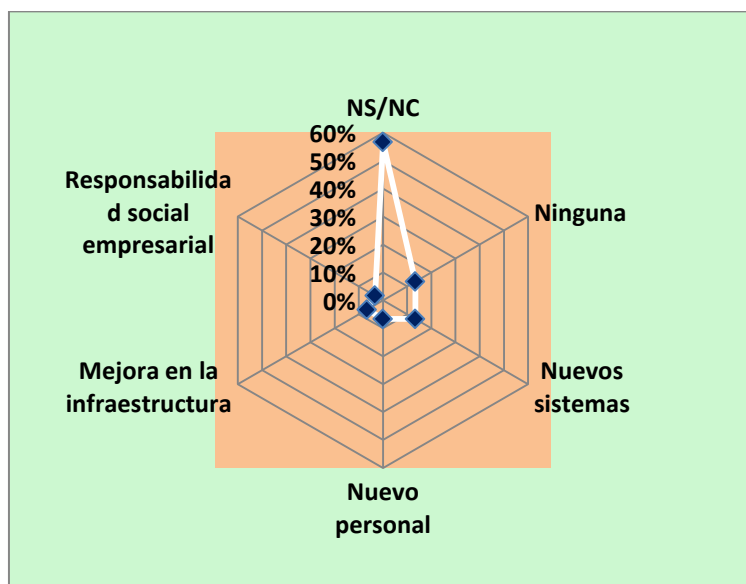
**CUADRO N° 109**  
**INNOVACIONES REALIZADAS POR LA EMPRESA**  
**ÁREA ADMINISTRATIVA**

<b>INNOVACIONES</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
NS/NC	17	56,67%
Ninguna	4	13,33%
Nuevos sistemas	4	13,33%
Nuevo personal	2	6,67%
Mejora en la infraestructura	2	6,67%
Responsabilidad social corporativa	1	3,33%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 109**  
**INNOVACIONES REALIZADAS POR LA EMPRESA**  
**ÁREA ADMINISTRATIVA**



**Fuente:** Cuadro N° 109

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**Área Financiera-**

En lo referente a innovaciones en el área financiera el resultado fue: con un 10,00 por ciento la incorporación de Nuevos sistemas; el 6,67 por la implementación de un Plan de productividad y con un 3,33 por ciento por la contratación de nuevo personal.

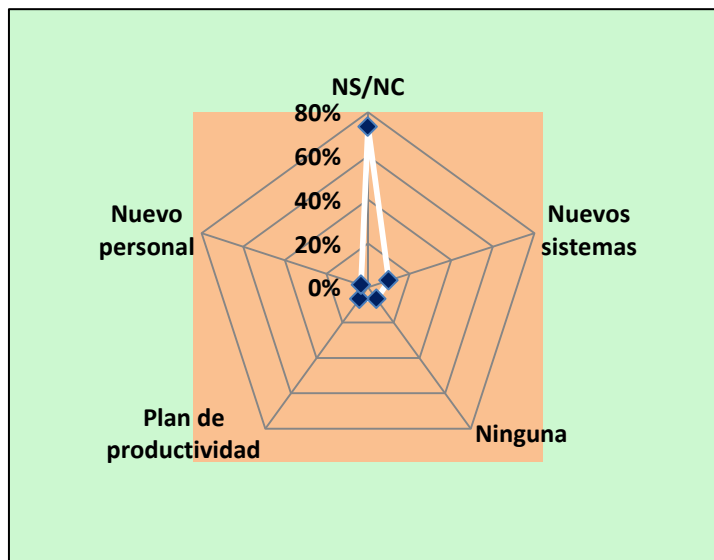
**CUADRO N° 110**  
**INNOVACIONES REALIZADAS POR LA EMPRESA**  
**ÁREA FINANCIERA**

<b>INNOVACIONES</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
NS/NC	22	73,33
Nuevos sistemas	3	10,00
Ninguna	2	6,67
Plan de productividad	2	6,67
Nuevo personal	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 110**  
**INNOVACIONES REALIZADAS POR LA EMPRESA**  
**ÁREA FINANCIERA**



**Fuente:** Cuadro N° 110

**Elaborado por:** María Sol Padilla.

### *Área de Producción.-*

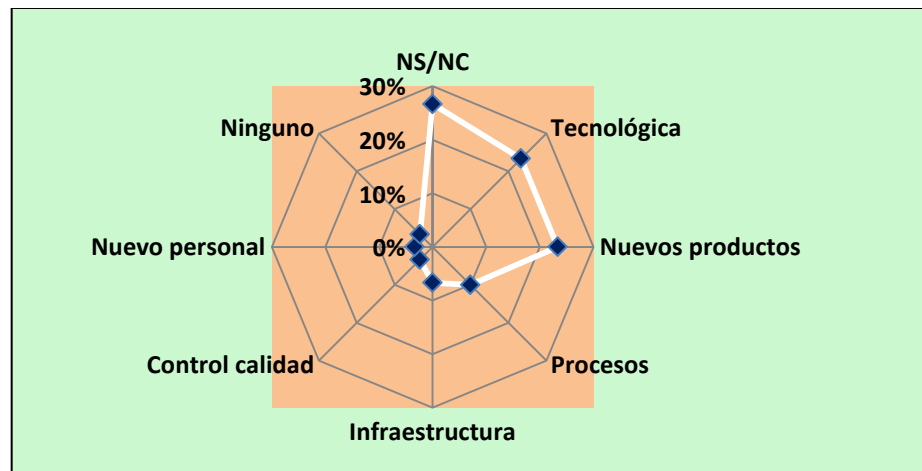
En lo referente a innovaciones en el área de producción el resultado fue el siguiente: con un 23,33% individual Tecnología y Nuevos productos; con un 10,00% Procesos, seguido de un 6,67% Infraestructura y con un 3,33% para Control de calidad y Nuevo personal.

**CUADRO N° 111**  
**INNOVACIONES REALIZADAS POR LA EMPRESA**  
**ÁREA PRODUCCIÓN**

	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
NS/NC	8	26,67
Tecnológica	7	23,33
Nuevos productos	7	23,33
Procesos	3	10,00
Infraestructura	2	6,67
Control calidad	1	3,33
Nuevo personal	1	3,33
Ninguno	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 111**  
**INNOVACIONES REALIZADAS POR LA EMPRESA**  
**ÁREA PRODUCCIÓN**



**Fuente:** Cuadro N° 111

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Área Recursos Humanos.-***

En el área de recursos humanos, con un 6,67 por ciento innovó por Capacitación al personal, el 3,33 individual por Selección de personal y Creación de reglamento interno.

**CUADRO N° 112**

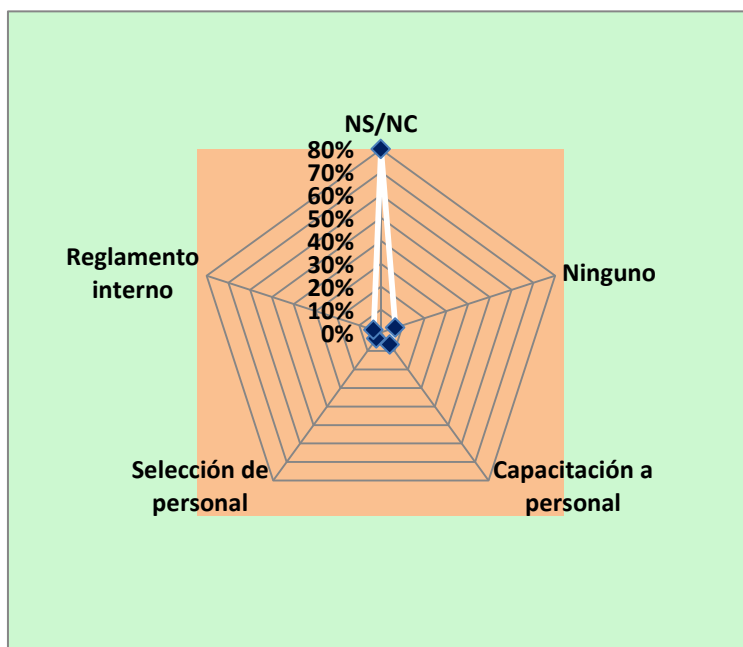
**INNOVACIONES REALIZADAS POR LA EMPRESA  
ÁREA RECURSOS HUMANOS**

<b>INNOVACIONES</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
NS/NC	24	80,00%
Ninguno	2	6,67%
Capacitación a personal	2	6,67%
Selección de personal	1	3,33%
Reglamento interno	1	3,33%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 112**  
**INNOVACIONES REALIZADAS POR LA EMPRESA**  
**ÁREA RECURSOS HUMANOS**



**Fuente:** Cuadro N° 112

**Elaborado por:** María Sol Padilla



*f). Nivel de Flexibilidad de los empresarios para adoptar cambios*

En esta interrogante con el 46,67% cada uno, afirmaron los directivos de las PYMEs en cuestión que su nivel de flexibilidad para adoptar cambios es “MUY BUENO”, y “BUENO”, sin embargo con un 3,33% opina que No saben o desconocen sobre el tema.

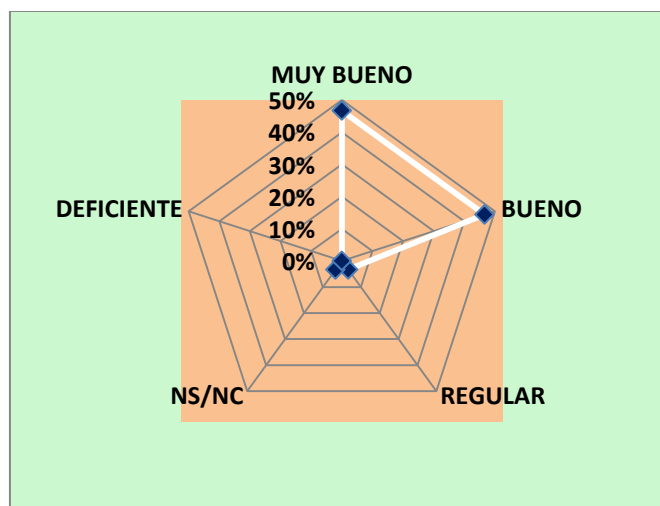
**CUADRO N° 113**  
**NIVEL DE FLEXIBILIDAD DE LOS EMPRESARIOS PARA**  
**ADOPTAR CAMBIOS**

<b>CALIFICACIÓN</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>MUY BUENO</b>	14	46,67%
<b>BUENO</b>	14	46,67%
<b>REGULAR</b>	1	3,33%
<b>NS/NC</b>	1	3,33%
<b>DEFICIENTE</b>	0	0,00%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 113**  
**NIVEL DE FLEXIBILIDAD DE LOS EMPRESARIOS PARA**  
**ADOPTAR CAMBIOS**



**Fuente:** Cuadro N° 113

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***g). Medición de la eficiencia y productividad.***

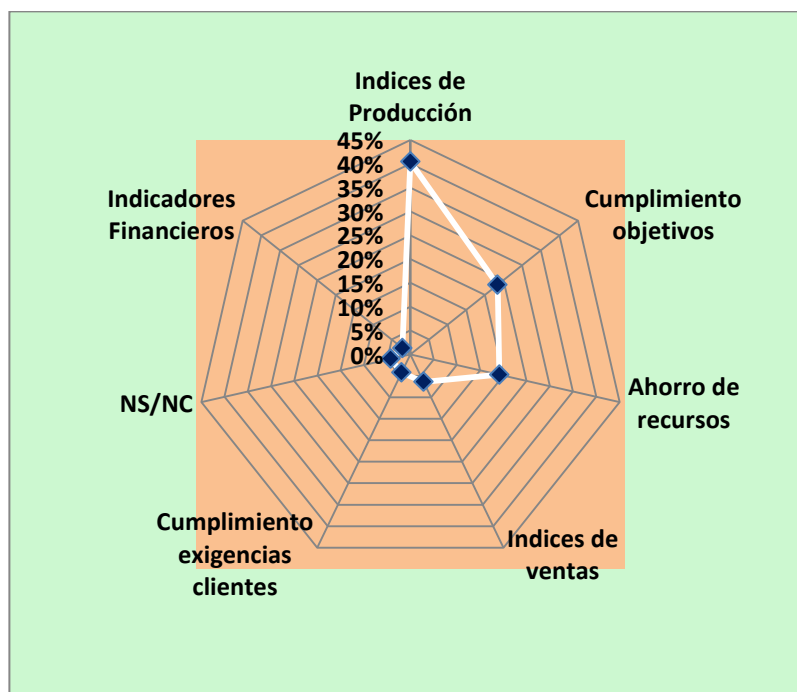
En esta interrogante las respuestas obtenidas fueron: el 40,43% afirman que la manera como miden la productividad en su empresa es mediante índices de producción, el 23,40% mediante cumplimiento de objetivos, el 19,15% promoviendo el ahorro de recursos, y el 6,38% se basa en los índices de ventas.

**CUADRO N° 114**  
**MEDICIÓN DE LA EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD EN LAS**  
**PYMEs DEL SUBSECTOR C20.**

ÍNDICES	N° RESPUESTAS	PORCENTAJE
Producción	19	40,43
Cumplimiento objetivos	11	23,40
Ahorro de recursos	9	19,15
Ventas	3	6,38
Cumplimiento exigencias clientes	2	4,26
NS/NC	2	4,26
Financieros	1	2,13
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 114**  
**MEDICIÓN DE LA EFICIENCIA Y PRODUCTIVIDAD EN LAS**  
**PYMEs DEL SUBSECTOR C20.**



**Fuente:** Cuadro N° 114

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***h). Innovación por Renovación de maquinaria***

Para solventar la necesidad de renovación de maquinaria el 31,25 por ciento individual de las PYMEs investigadas se pronunció por Maquinaria nueva, y Usada pero en buen estado; seguido de un 25 por ciento que opta por comprar La más moderna del mercado.

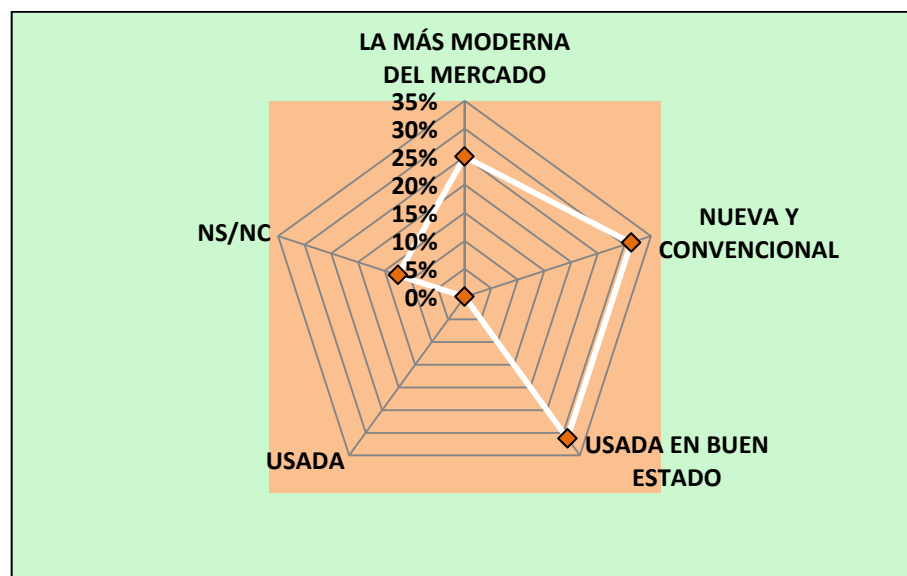
**CUADRO N° 115  
RENOVACIÓN DE MAQUINARIA**

<b>RENOVACIÓN MAQUINARIA</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
La más moderna del mercado	8	25,00
Nueva y convencional	10	31,25
Usada en buen estado	10	31,25
Usada	0	0,00
NS/NC	4	12,50
<b>TOTAL</b>	<b>32</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 115**  
**RENOVACIÓN DE MAQUINARIA**



**Fuente:** Cuadro N° 115

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*i). Actividades para promover el proceso de creatividad e innovación de productos.*

El 33,33 por ciento de las PYMEs visitadas realizan actividades de IyD; un 16,67 ofrece capacitación a sus empleados; mientras que el 8,33 individual brinda confianza para el diálogo e incentivos por objetivos, y el resto de porcentajes pertenecen a las actividades descritas en el siguiente cuadro.

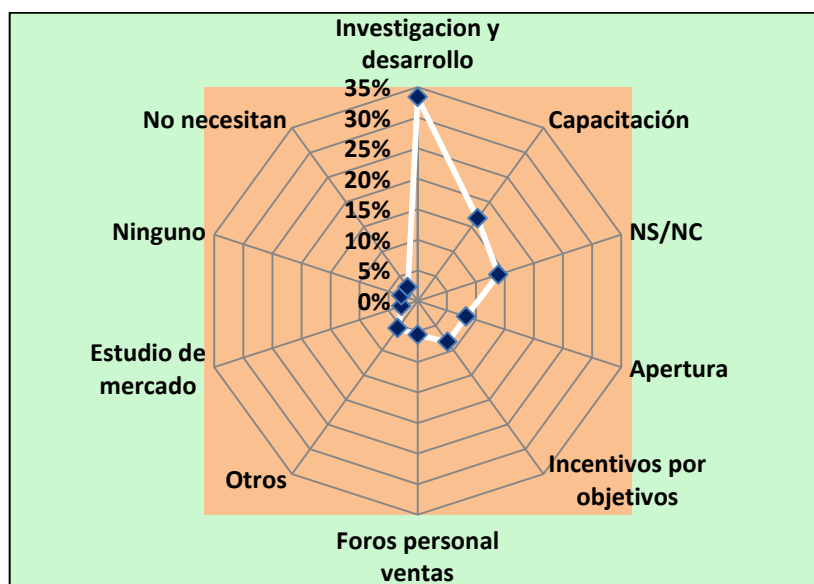
**CUADRO N° 116**  
**ACTIVIDADES PARA PROMOVER EL PROCESO DE**  
**CREATIVIDAD E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS**

	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Investigación y desarrollo	12	33,33
Capacitación	6	16,67
NS/NC	5	13,89
Apertura	3	8,33
Incentivos por objetivos	3	8,33
Foros personal ventas	2	5,56
Otros	2	5,56
Estudio de mercado	1	2,78
Ninguno	1	2,78
No necesitan	1	2,78
<b>TOTAL</b>	<b>36</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

### GRÁFICO N° 116

#### ACTIVIDADES PARA PROMOVER EL PROCESO DE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN DE PRODUCTOS



**Fuente:** Cuadro N° 116

**Elaborado por:** María Sol Padilla.



*j). Productos o procesos creados y debidamente patentados*

***Productos.-***

Como se observa en el siguiente cuadro y gráfico siguientes el 50 por ciento de las PYMEs visitadas poseen Marcas registradas, seguido de un 6,67 que tienen patentados solo Ciertas marcas y el 23,33 por ciento No tiene patentes.

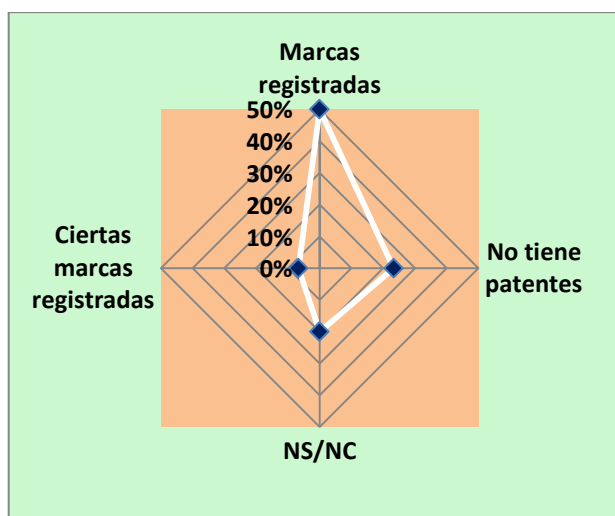
**CUADRO N° 117  
PRODUCTOS CREADOS Y DEBIDAMENTE PATENTADOS**

<b>PRODUCTOS</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Todas las Marcas registradas	15	50,00
No tiene patentes	7	23,33
NS/NC	6	20,00
Ciertas marcas registradas	2	6,67
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 117**  
**PRODUCTOS CREADOS Y DEBIDAMENTE PATENTADOS**



**Fuente:** Cuadro N° 117

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Procesos.-***

El 16,67% de las PYMEs visitadas poseen fórmulas patentadas de sus procesos de producción, sin embargo el 6,67% menciona que no tiene patentado ningún proceso.

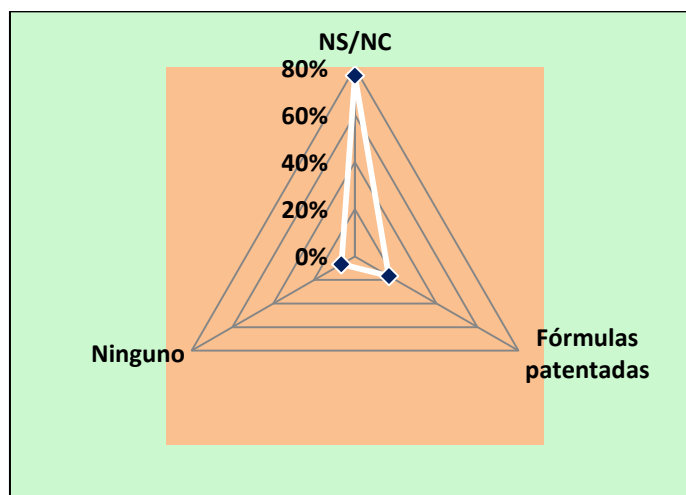
**CUADRO N° 118**  
**PROCESOS CREADOS POR LA EMPRESA Y DEBIDAMENTE PATENTADOS**

PROCESOS	No. RESPUESTAS	%
NS/NC	23	76,67
Fórmulas patentadas	5	16,67
Ninguno	2	6,67
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 118**  
**PROCESOS CREADOS POR LA EMPRESA Y DEBIDAMENTE**  
**PATENTADOS**



**Fuente:** Cuadro N° 118

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*k). Programas que ofrecen las universidades para mejorar la competitividad empresarial*

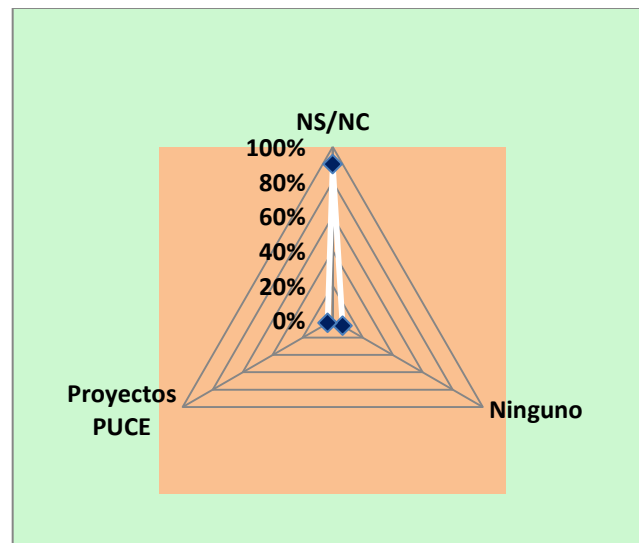
El 3,33% de las PYMEs del subsector estudiado menciona a los proyectos de la PUCE, no obstante existe un 90,00% que tiene total desconocimiento.

**CUADRO N° 119**  
**PROGRAMAS QUE OFRECEN LAS UNIVERSIDADES PARA**  
**MEJORAR LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**

<b>PROGRAMA</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
NS/NC	27	90,00
Ninguno	2	6,67
Proyectos PUCE	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 119**  
**PROGRAMAS QUE OFRECEN LAS UNIVERSIDADES PARA**  
**MEJORAR LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**



**Fuente:** Cuadro N° 119

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***l). Programa conjunto universidad-empresa***

Las Pymes en estudio no han participado en ningún programa que ofrezcan las universidades.

#### 4.10 SECCIÓN MEDIO AMBIENTE

##### *a). Desperdicios generados por la empresa*

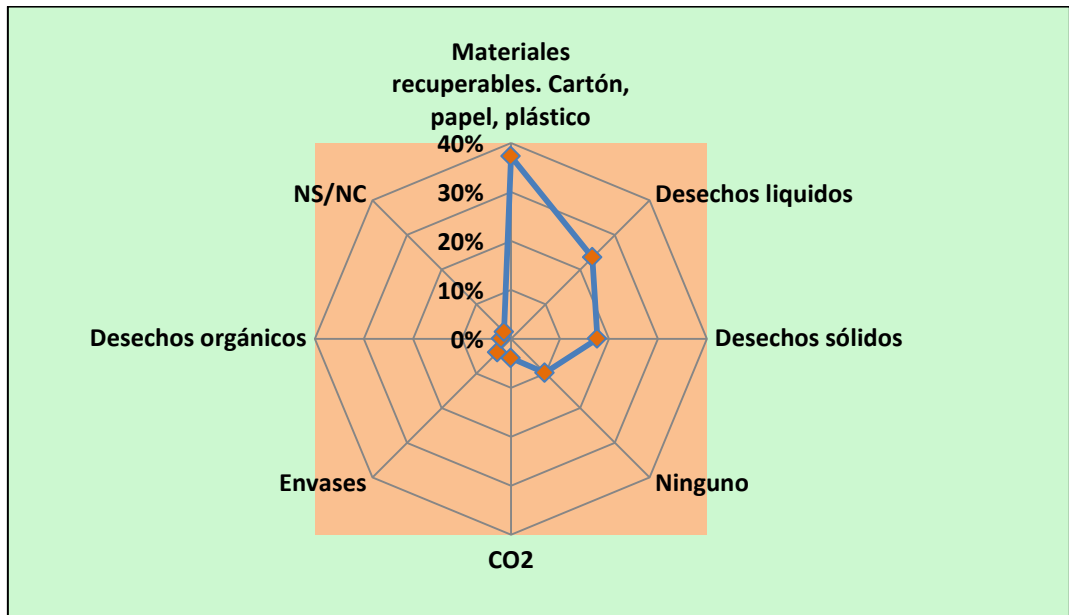
El 37,25 por ciento de las respuestas confirman que los desechos que más se producen son aquellos derivados de los materiales utilizados como: cartón, papel, plástico; un 23,53 tiene desechos líquidos; el 17,65 desechos sólidos; el 3,92 Co2 y el 1,96 desechos orgánicos, sin embargo el 9,80 por ciento dice que no produce ningún tipo de desecho como consecuencia de su actividad.

**CUADRO N° 120**  
**DESECHOS/ DESPERDICIOS GENERADOS POR LA**  
**EMPRESA**

DESECHOS	No. RESPUESTAS	%
Materiales recuperables. Cartón, papel, plástico	19	37,25
Desechos líquidos	12	23,53
Desechos sólidos	9	17,65
Ninguno	5	9,80
CO2	2	3,92
Envases	2	3,92
Desechos orgánicos	1	1,96
NS/NC	1	1,96
<b>TOTAL</b>	<b>51</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 120**  
**DESECHOS/ DESPERDICIOS GENERADOS POR LA**  
**EMPRESA**



**Fuente:** Cuadro N° 120

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***b). Impacto de los desechos.***

El 63,33 por ciento de PYMEs visitadas afirman que no causan ningún impacto ambiental; un 20 se califican de bajo impacto, por que se ajustan a las normas establecidas. Y el 6,67 por ciento (2 empresas) se manifiestan en gran impacto.

**CUADRO N° 121**  
**IMPACTO DE LOS DESECHOS EN LA UBICACIÓN**  
**GEOGRÁFICA DE LA EMPRESA**

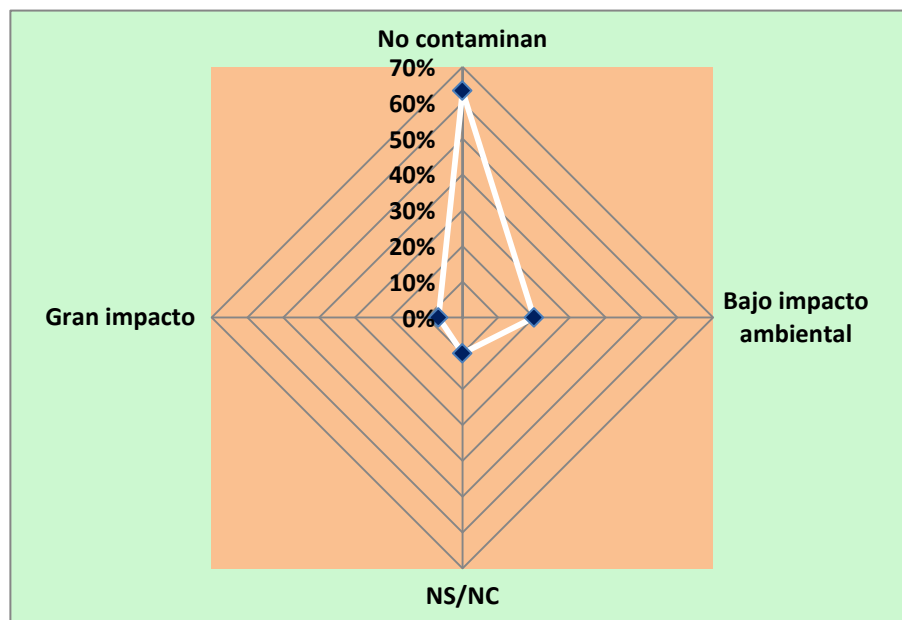
	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
No contaminan	19	63,33
Bajo impacto ambiental	6	20,00
NS/NC	3	10,00
Gran impacto	2	6,67
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla



**GRÁFICO N° 121**  
**IMPACTO DE LOS DESECHOS EN LA UBICACIÓN**  
**GEOGRÁFICA DE LA EMPRESA**



**Fuente:** Cuadro N° 121

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*c). Medios utilizados para el manejo de desechos y desperdicios*

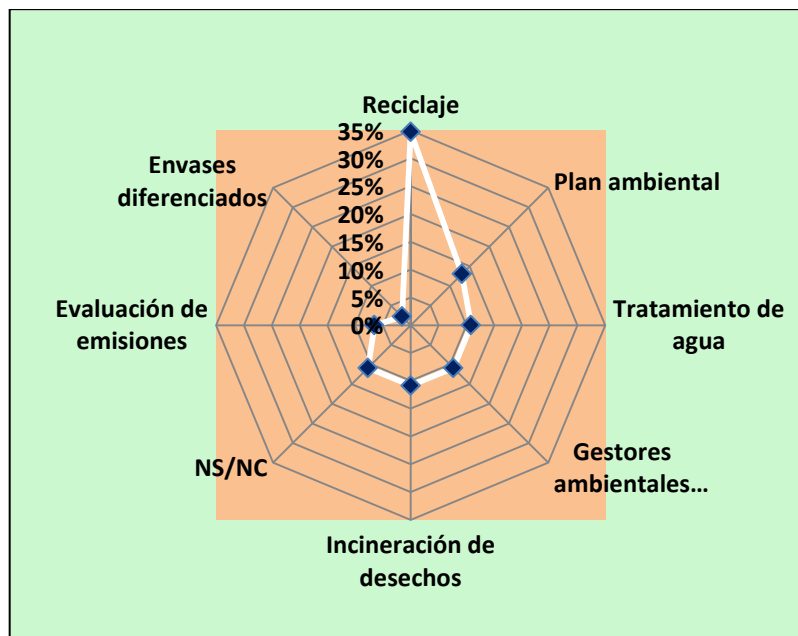
Los diferentes medios utilizados por las PYMEs del subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos para el manejo de desperdicios se refieren en un 34,78% a Reciclaje; con un 13,04% Plan ambiental; el 10,87% para cada uno de los siguientes medios: Planta de tratamiento de aguas, gestores ambientales e incineración de desechos.

**CUADRO N° 122**  
**MEDIOS UTILIZADOS POR LA EMPRESA PARA EL MANEJO**  
**DE DESECHOS Y DESPERDICIOS**

<b>MEDIOS</b>	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Reciclaje	16	34,78
Plan ambiental	6	13,04
Tratamiento de agua	5	10,87
Gestores ambientales calificados	5	10,87
Incineración de desechos	5	10,87
NS/NC	5	10,87
Evaluación de emisiones	3	6,52
Envases diferenciados	1	2,17
<b>TOTAL</b>	<b>46</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 122**  
**MEDIOS UTILIZADOS POR LA EMPRESA PARA EL MANEJO**  
**DE DESECHOS Y DESPERDICIOS**



**Fuente:** Cuadro N° 122

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***d). Planes de remediación***

El 14,71 por ciento de las PYMEs encuestadas declaran contar con un plan de manejo ambiental; el 5,88 individual para tratamiento de aguas, y recuperación de suelo, y con el 2,94 cada uno, aplica la norma ISO 14000, y plan de reforestación. Como complemento a lo dicho el 41,17 por ciento no conoce (32.35) y no aplica ningún plan (8.82).

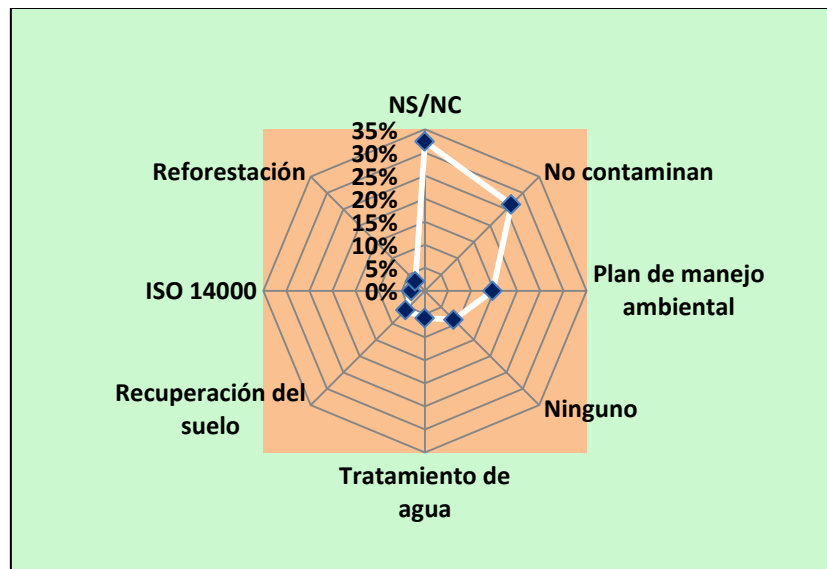
**CUADRO N° 123  
PLANES DE REMEDIACIÓN**

	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
NS/NC	11	32,35
No contaminan	9	26,47
Plan de manejo ambiental	5	14,71
Ninguno	3	8,82
Tratamiento de agua	2	5,88
Recuperación del suelo	2	5,88
ISO 14000	1	2,94
Reforestación	1	2,94
<b>TOTAL</b>	<b>34</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 123**  
**PLANES DE REMEDIACIÓN**



**Fuente:** Cuadro N° 123

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*e). Programas de capacitación para el manejo de remediación*

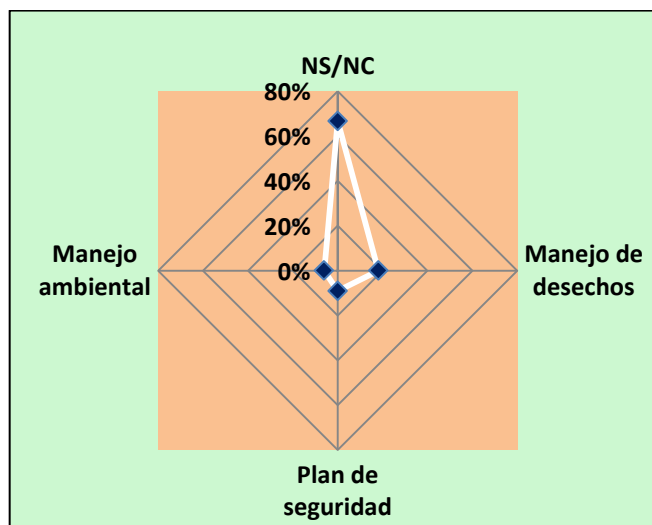
Los resultados obtenidos en esta interrogante quedaron de la siguiente manera: el 18,18% realiza manejo adecuado de desechos; con un 9,09% posee un plan de seguridad ambiental, y el 6,06% se basa en el manejo ambiental.

**CUADRO N° 124**  
**PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EL MANEJO**  
**DE REMEDIACIÓN**

	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
NS/NC	22	66,67%
Manejo de desechos	6	18,18%
Plan de seguridad	3	9,09%
Manejo ambiental	2	6,06%
<b>TOTAL</b>	<b>33</b>	<b>100,00%</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 124**  
**PROGRAMAS DE CAPACITACIÓN PARA EL MANEJO DE**  
**REMEDIACIÓN**



**Fuente:** Cuadro N° 124

**Elaborado por:** María Sol Padilla

#### 4.11 SECCIÓN GESTIÓN GERENCIAL

*a). Que porcentaje de educación tiene su equipo gerencial*

El 53,67 por ciento de los gerentes de las PYMEs del subsector indagado tiene un nivel de educación universitaria; el 34,33% posee especialización; mientras que el 12% maestría.

**CUADRO N° 125**  
**PORCENTAJE DE EDUCACIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL**

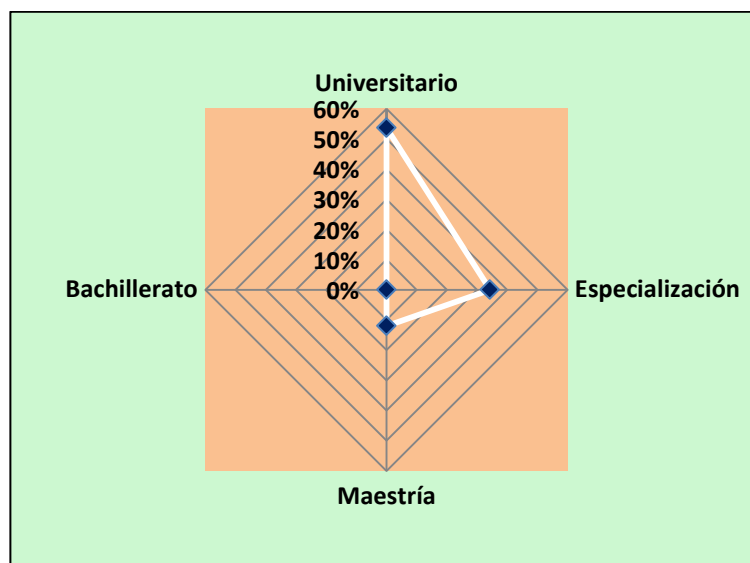
	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Universitario	18	53,67
Especialización	12	34,33
Maestría	5	12,00
Bachillerato	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>17</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla



**GRÁFICO N° 125**  
**PORCENTAJE DE EDUCACIÓN DEL EQUIPO GERENCIAL**



**Fuente:** Cuadro N° 125

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***b). Plan estratégico para enfrentar la competencia***

El resultado en dicha pregunta fue el siguiente: el 40% de los encuestados dijo que SI posee un plan estratégico para enfrentar a la competencia; y con un 26,67% mencionó que NO tiene un plan como tal.

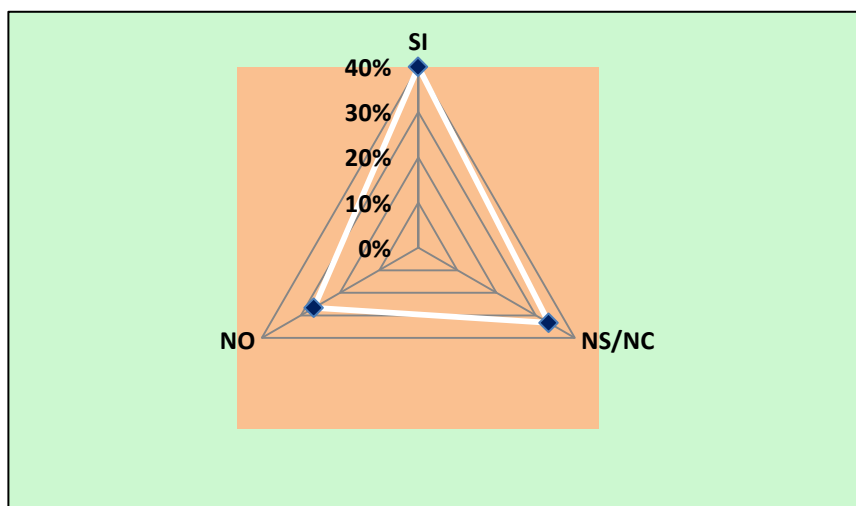
**CUADRO N° 126**  
**PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR LA**  
**COMPETENCIA**

<b>PLAN</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>PORCENTAJE</b>
SI	12	40,00
NS/NC	10	33,33
NO	8	26,67
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 126**  
**PLAN ESTRATÉGICO PARA ENFRENTAR A LA**  
**COMPETENCIA**



**Fuente:** Cuadro N° 126

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***c). Tipos de presupuestos***

Conforme a las cifras que se presentan a continuación los presupuestos que manejan las diferentes áreas se refieren, con un 34,85 por ciento al presupuesto de Ventas; con el 24,24 el presupuesto de Compras; con un 6,06 individual Flujo de caja y un presupuesto de Mantenimiento. Adicionalmente con un 3,03 por ciento cada uno los presupuestos de Gastos, logística, finanzas, y producción.

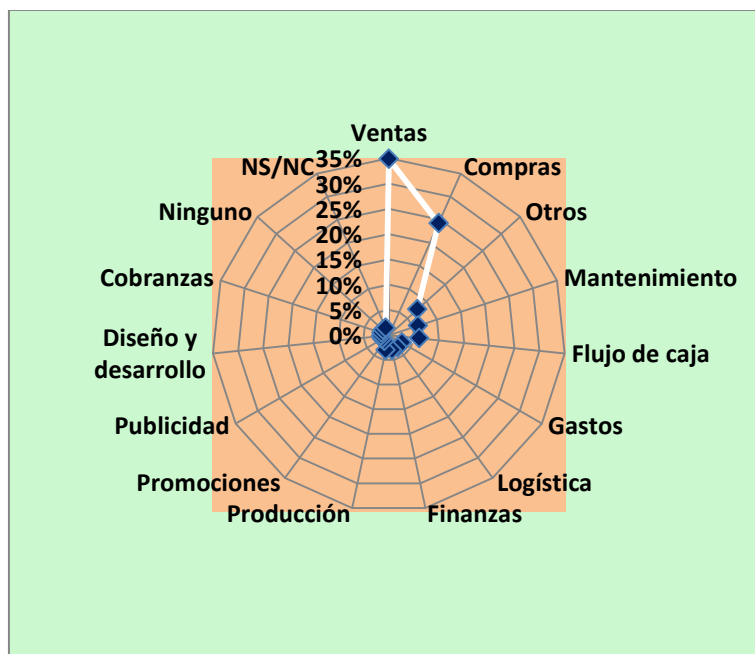
**CUADRO N° 127**  
**TIPOS DE PRESUPUESTOS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL**

	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Ventas	23	34,85
Compras	16	24,24
Otros	5	7,58
Mantenimiento	4	6,06
Flujo de caja	4	6,06
Gastos	2	3,03
Logística	2	3,03
Finanzas	2	3,03
Producción	2	3,03
Promociones	1	1,52
Publicidad	1	1,52
Diseño y desarrollo	1	1,52
Cobranzas	1	1,52
Ninguno	1	1,52
NS/NC	1	1,52
<b>TOTAL</b>	<b>66</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 127**  
**TIPOS DE PRESUPUESTOS DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL**



**Fuente:** Cuadro N° 127

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**d). Misión de la Empresa**

De acuerdo al siguiente cuadro el resultado fue que el 93,33% SI tiene definida la misión de la empresa; mientras que el 3,33% NO.

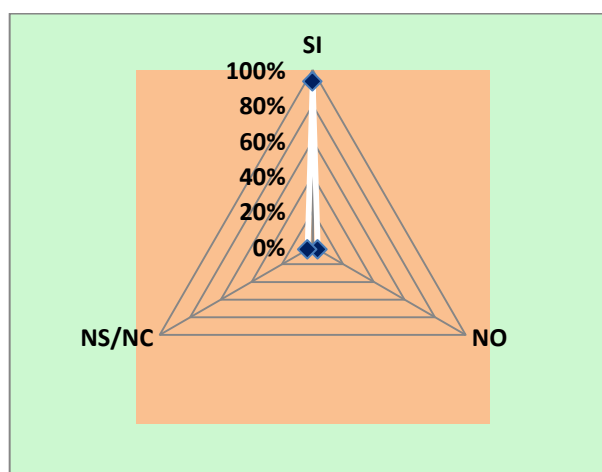
**CUADRO N° 128**  
**MISIÓN DE LA EMPRESA**

MISIÓN	No. RESPUESTAS	%
SI	28	93,33
NO	1	3,33
NS/NC	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 128**  
**MISIÓN DE LA EMPRESA**



**Fuente:** Cuadro N° 128

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*e). Objetivos estratégicos de mediano plazo*

Como se puede apreciar en el cuadro N° 129 entre los principales objetivos estratégicos a mediano plazo que poseen las PYMEs de este subsector están, con un 36,17 por ciento expandir su mercado a nivel nacional; el 10,64 mencionó como objetivo el posicionamiento de marca; mientras que un 8,51 por ciento lanzar nuevos productos y exportar.

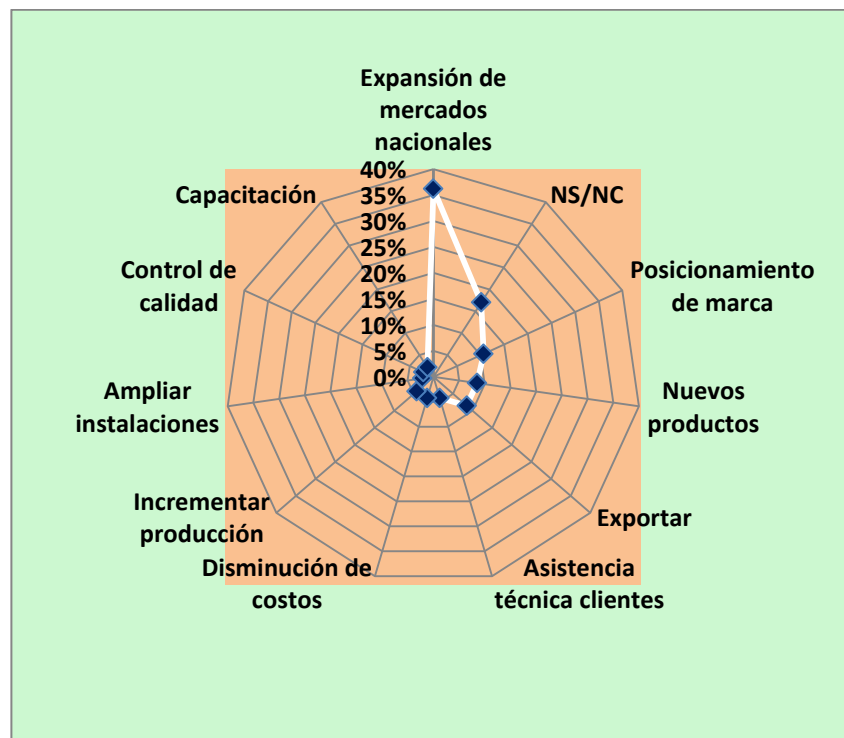
**CUADRO N° 129**  
**OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE MEDIANO PLAZO**

	<b>No. RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Expansión de mercados nacionales	17	36,17
NS/NC	8	17,02
Posicionamiento de marca	5	10,64
Nuevos productos	4	8,51
Exportar	4	8,51
Asistencia técnica clientes	2	4,26
Disminución de costos	2	4,26
Incrementar producción	2	4,26
Ampliar instalaciones	1	2,13
Control de calidad	1	2,13
Capacitación	1	2,13
<b>TOTAL</b>	<b>47</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 129**  
**OBJETIVOS ESTRATÉGICOS DE MEDIANO PLAZO**



**Fuente:** Cuadro N° 129

**Elaborado por:** María Sol Padilla



*f). Estamentos que definen los objetivos empresariales*

Según indica el cuadro a continuación los objetivos estratégicos de las PYMEs en estudio son: con un 63,33% menciona que son definidos por la alta gerencia, y el 26,67% dice que con el concurso de todo el personal.

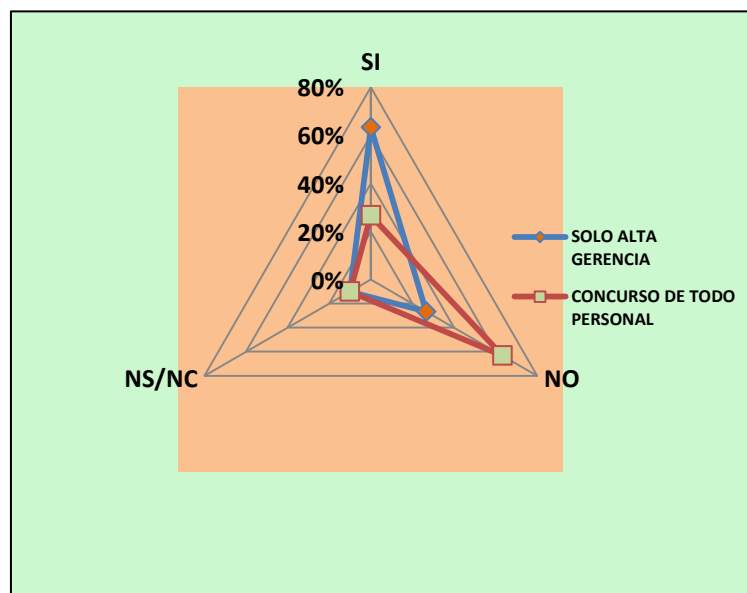
**CUADRO N° 130**  
**ESTAMENTOS QUE DEFINEN LOS OBJETIVOS**  
**EMPRESARIALES**

	SOLO ALTA GERENCIA		CONCURSO DE TODO PERSONAL	
	No. Cías.	%	No. Cías.	%
SI	27	90,00%	2	6,67%
NO	2	6,67%	27	90,00%
NS/NC	1	3,33%	1	3,33%
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>	<b>30</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 130**  
**ESTAMENTOS QUE DEFINEN LOS OBJETIVOS**  
**EMPRESARIALES**



**Fuente:** Cuadro N° 130

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***g). Medidas para mejorar la competitividad***

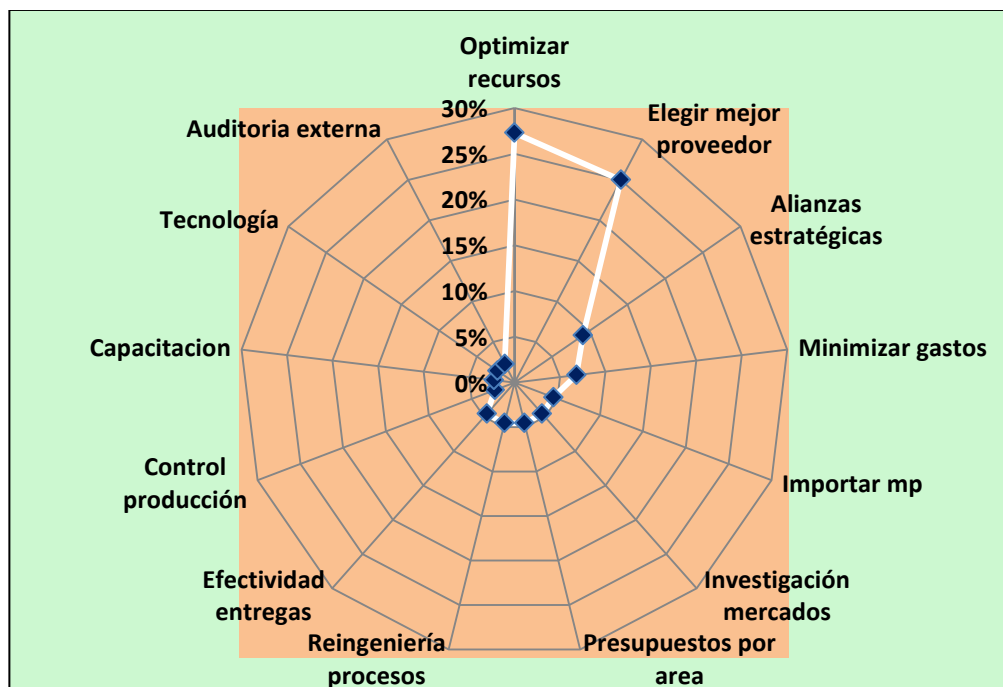
El 27,7 por ciento de los encuestados afirma que una de sus medidas es Optimizar el uso de los recursos; seguido de un 25 que opta por elegir al mejor proveedor; un 9,09 se refiere a alianzas estratégicas; el 6,82 dice minimizar gastos, el resto de porcentajes pertenecen a las diferentes respuestas que presenta el cuadro a continuación.

**CUADRO N° 131  
MEDIDAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD**

<b>MEDIDAS</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Optimizar recursos	12	27,27
Elegir mejor proveedor	11	25,00
Alianzas estratégicas	4	9,09
Minimizar gastos	3	6,82
Importar MP	2	4,55
Investigación mercados	2	4,55
Presupuestos por área	2	4,55
Reingeniería procesos	2	4,55
Efectividad entregas	2	4,55
Control producción	1	2,27
Capacitación	1	2,27
Tecnología	1	2,27
Auditoria externa	1	2,27
<b>TOTAL</b>	<b>44</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 131**  
**MEDIDAS PARA MEJORAR LA COMPETITIVIDAD**



**Fuente:** Cuadro N° 131

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***h). Medidas para reducir costos***

El 56,67 por ciento reconoce que han reducido costos en el Proceso productivo; un 6,67 en el área de Marketing, ventas y distribución, y con un 3,33 por ciento similares en Compras, producción, ventas y el resto que se puede apreciar en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 132  
MEDIDAS PARA REDUCIR COSTOS**

<b>MEDIDAS</b>	<b>N° RESPUESTAS</b>	<b>%</b>
Proceso productivo	17	56,67
Marketing, Ventas, Distribución	2	6,67
NS/NC	2	6,67
Compras, Producción Ventas	1	3,33
Clientes, Estrategias, Resultados	1	3,33
Financiera, Comercialización , Distribución	1	3,33
Investigación Mercado, Evaluar resultados	1	3,33
Investigación y desarrollo, Compras, Producción, Ventas	1	3,33
Otros	1	3,33
Satisfacción cliente, Calidad y Precio	1	3,33
Ventas, Distribución	1	3,33
Logística, Servicio técnico, Asesoría	1	3,33
<b>TOTAL</b>	<b>30</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 132**  
**MEDIDAS PARA REDUCIR COSTOS**



**Fuente:** Cuadro N° 132

**Elaborado por:** María Sol Padilla

*i). Actividades que conforman la cadena de valor*

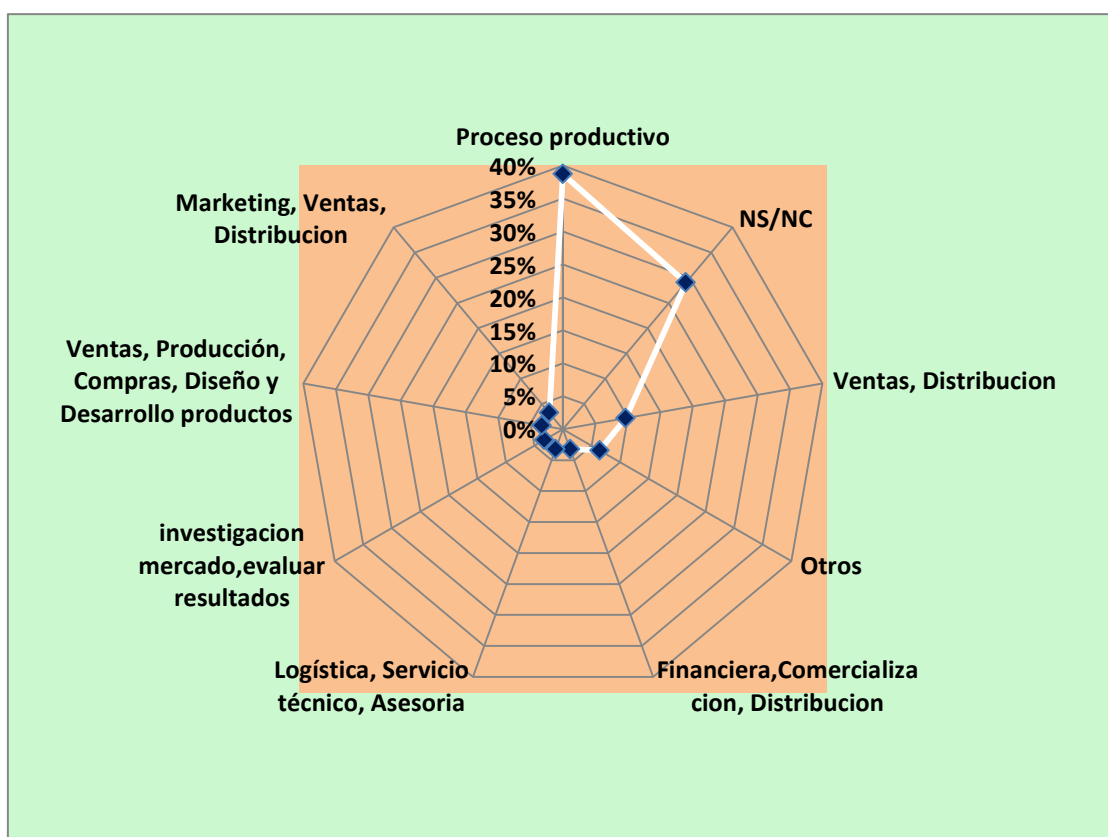
Según las PYMEs encuestadas el 38,71 por ciento afirman que la cadena de valor son las actividades del proceso productivo; el 9,68 opina que en el área de ventas está su cadena de valor, y con un 3,23 por ciento para actividades que constan en el siguiente cuadro.

**CUADRO N° 133**  
**ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR**

	ACTIVIDADES	N° RESPUESTAS	%
<b>PRIMARIAS</b>	Proceso productivo	12	38,71
	NS/NC	9	29,03
	Ventas, Distribución	3	9,68
	Otros	2	6,45
	Financiera, Comercialización, Distribución	1	3,23
	Ventas, Producción, Compras, Diseño y Desarrollo productos	1	3,23
	Marketing, Ventas, Distribución	1	3,23
<b>APOYO</b>	Logística, Servicio técnico, Asesoría	1	3,23
	Investigación mercado, Evaluar resultados	1	3,23
	<b>TOTAL</b>	<b>31</b>	<b>100,00</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 133**  
**ACTIVIDADES QUE CONFORMAN LA CADENA DE VALOR**



**Fuente:** Cuadro N° 133

**Elaborado por:** María Sol Padilla



*j). Elementos de valor del producto que lo diferencian de la competencia*

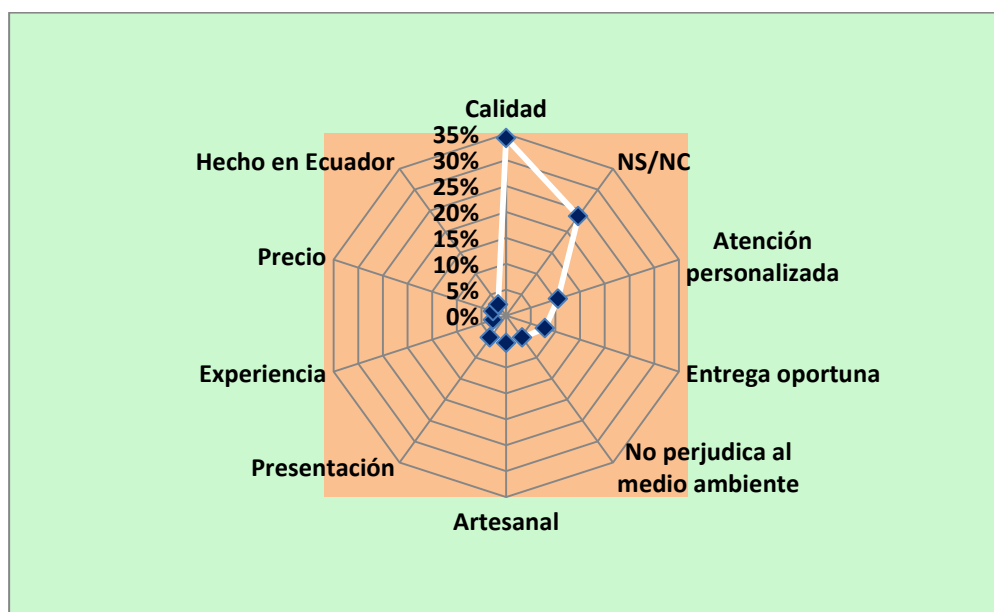
El 34,21 por ciento de las PYMEs correspondientes al CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos; opina que la calidad de sus productos es lo que hace diferente a su producto frente a la competencia; mientras que el 10,53%, menciona la atención personalizada; el 7,89 entrega oportuna; y el 5,26 por ciento para los siguientes casos que se aprecian en el cuadro a continuación.

**CUADRO N° 134**  
**ELEMENTOS DE VALOR DEL PRODUCTO QUE LO**  
**DIFERENCIAN DE LA COMPETENCIA**

	N° RESPUESTAS	%
Calidad	13	34,21
NS/NC	9	23,68
Atención personalizada	4	10,53
Entrega oportuna	3	7,89
No perjudica al medio ambiente	2	5,26
Artesanal	2	5,26
Presentación	2	5,26
Experiencia	1	2,63
Precio	1	2,63
Hecho en Ecuador	1	2,63
<b>TOTAL</b>	<b>38</b>	<b>100</b>

**Fuente:** Resultados de encuesta aplicada a Pymes  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRÁFICO N° 134**  
**ELEMENTOS DE VALOR DEL PRODUCTO QUE LO**  
**DIFERENCIAN DE LA COMPETENCIA**



**Fuente:** Cuadro N° 134

**Elaborado por:** María Sol Padilla

## **5. DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR C20: FABRICACION DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS.**

### **FACTORES DE COMPETITIVIDAD<sup>26</sup>**

#### **5.1 FACTORES DE ÉXITO POR FACTOR CLAVE DE COMPETITIVIDAD**

De acuerdo a la metodología explicada en el capítulo 3 respecto a las matrices de competitividad, a continuación se presenta cada factor de éxito, los elementos, componentes o subfactores, que van a ser ponderados, de acuerdo a la importancia que estos tengan para asegurar la consecución del factor de éxito en el subsector analizado. La calificación que se da a cada elemento, componente o factor y de acuerdo a las respuestas obtenidas en la encuesta y procesadas en el capítulo 4. La sumatoria de la calificación ponderada determina el nivel de competitividad que tiene cada factor analizado, el mismo que fue calculado sobre 4 y también sobre 7 como indica el WEF.

---

<sup>26</sup> Los factores de competitividad se definen como la condicionante para la obtención de resultados en la capacidad de una organización pública o privada, lucrativa o no, de mantener sistemáticamente ventajas comparativas que le permitan alcanzar, sostener y mejorar una determinada posición en el entorno socioeconómico, tales como precio, calidad, innovación, imagen, atención al cliente, etc.

### **5.1.1 Mercado**

Para analizar la importancia del mercado se han seleccionado 8 factores de éxito a saber:

#### ***Factor de éxito: Tamaño del mercado***

Conforme al cuadro N° 136 se puede apreciar que dentro de la clasificación CIIU Revisión 4, para el subsector C20 Fabricación de sustancias y productos químicos tiene importancia significativa por las ponderaciones mas altas, los sectores A y C, luego F y E, y en menor proporción M,Q y R. Si a la ponderación de los sectores CIIU se le aplica el factor de éxito Tamaño del mercado, el puntaje se encuentra que tiene una calificación de 1,38/4 o su equivalente WEF 2,42/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2)

#### ***Factor de éxito: Sofisticación del comprador***

De acuerdo al cuadro N° 137 los principales consumidores del CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos son en orden de importancia A, C y F y en menor proporción M, Q y R. Si a la ponderación de los sectores que es igual a la utilizada en el cuadro N° 136, se le aplica el puntaje se encuentra que el factor de éxito:

Sofisticación del comprador, tiene una calificación de 1,10/4 o su equivalente WEF: 1,93/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

***Factor de éxito: Ventaja competitiva nacional***

Según el Cuadro N° 135 los componentes que hacen la ventaja competitiva de las PYMEs en estudio, son en primer lugar la calidad, precio e innovación continua y en menor proporción entrega inmediata y tecnología respectivamente. Si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se encuentra que el factor de éxito ventaja competitiva nacional tiene una calificación de 1.65/4, o su equivalente a índice WEF 2.89/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 135  
FACTOR DE ÉXITO: NATURALEZA DE LA VENTAJA  
COMPETITIVA NACIONAL**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADA/4
Calidad	0,50	28,57%	2	1,00
Precio	0,28	12,86%	1	0,28
Innovación continua	0,15	35,71%	2	0,30
Entrega inmediata	0,04	10,00%	1	0,04
Tecnología	0,03	8,57%	1	0,03
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>1,65</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>2,89</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**CUADRO N° 136**  
**FACTOR DE ÉXITO: INDÍCE DEL TAMAÑO DEL MERCADO NACIONAL**

SECCIÓN	SECTORES CIU	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
<b>A</b>	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0,25	29,51%	2	0,50
<b>B</b>	Explotación de minas y canteras	0,00	1,64%	1	0,00
<b>C</b>	Industrias manufactureras	0,25	29,51%	2	0,50
<b>D</b>	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,00	0,00%	0	0,00
<b>E</b>	Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación.	0,10	9,84%	1	0,10
<b>F</b>	Construcción	0,20	4,92%	1	0,20
<b>G</b>	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	0,05	0,00%	0	0,00
<b>H</b>	Transporte y almacenamiento	0,00	0,00%	0	0,00
<b>I</b>	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	0,00	0,00%	0	0,00
<b>J</b>	Información y comunicaciones	0,00	0,00%	0	0,00
<b>K</b>	Actividades financieras y de seguros	0,00	0,00%	0	0,00
<b>L</b>	Actividades inmobiliarias	0,00	1,64%	1	0,00
<b>M</b>	Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,04	1,64%	1	0,04
<b>N</b>	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	0,00	0,00%	0	0,00
<b>O</b>	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	0,00	4,92%	1	0,00
<b>P</b>	Enseñanza	0,00	0,00%	0	0,00
<b>Q</b>	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	0,04	4,92%	1	0,04
<b>R</b>	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas.	0,01	0,00%	0	0,00
<b>S</b>	Otras actividades de servicios	0,00	0,00%	0	0,00
<b>T</b>	Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio.	0,06	0,00%	0	0,00
<b>U</b>	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales.	0,00	0,00%	0	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>1,00</b>			<b>1,38</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>					<b>2,42</b>

**Fuente:** CIU Rev. 4 Naciones Unidas, Datos capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**CUADRO N° 137**  
**FACTOR DE ÉXITO: SOFISTICACIÓN DEL COMPRADOR**

SECCIÓN	SECTORES CIU	PONDERACIÓN	DATOS ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
A	Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	0,25	22,22%	1	0,25
B	Explotación de minas y canteras	0,00	1,59%	1	0,00
C	Industrias manufactureras	0,25	28,57%	2	0,50
D	Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	0,00	0,00%	0	0,00
E	Suministro de agua; evacuación de aguas residuales, gestión de desechos y descontaminación.	0,10	0,00%	0	0,00
F	Construcción	0,20	9,52%	1	0,20
G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.	0,05	26,98%	2	0,10
H	Transporte y almacenamiento	0,00	0,00%	0	0,00
I	Actividades de alojamiento y de servicio de comidas.	0,00	0,00%	0	0,00
J	Información y comunicaciones	0,00	0,00%	0	0,00
K	Actividades financieras y de seguros	0,00	0,00%	0	0,00
L	Actividades inmobiliarias	0,00	0,00%	0	0,00
M	Actividades profesionales, científicas y técnicas	0,04	0,00%	0	0,00
N	Actividades de servicios administrativos y de apoyo	0,00	0,00%	0	0,00
O	Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria.	0,00	0,00%	0	0,00
P	Enseñanza	0,00	0,00%	0	0,00
Q	Actividades de atención de la salud humana y de asistencia social.	0,04	6,35%	1	0,04
R	Actividades artísticas, de entretenimiento y recreativas.	0,01	4,76%	1	0,01
S	Otras actividades de servicios	0,00	0,00%	0	0,00
T	Actividades de los hogares como empleadores; actividades no diferenciadas de los hogares como productores de bienes y servicios para uso propio.	0,06	0,00%	0	0,00
U	Actividades de organizaciones y órganos extraterritoriales.	0,00	0,00%	0	0,00
<b>TOTAL</b>		<b>1,00</b>			<b>1,10</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>					<b>1,93</b>

**Fuente:** CIU Rev. 4 Naciones Unidas, Datos capítulo 4 / **Elaborado por:** María Sol Padilla



***Factor de éxito: Grado de dominio del mercado nacional***

Los principales componentes de éxito que hacen el dominio del mercado nacional según información proporcionada por las PYMEs investigadas son la comercialización a nivel nacional, seguido por región Costa y Sierra, en menor relevancia están los que mercadean productos con el Oriente y con una baja incidencia Galápagos. Si a la ponderación de los componentes se aplica el puntaje previsto se encuentra que el factor de éxito de dominio del mercado nacional tiene una calificación de 1.84/4, o su similar en índice WEF 3.22/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 138**  
**FACTOR DE ÉXITO: GRADO DE DOMINIO DEL MERCADO NACIONAL**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
A Nivel Nacional	0,50	28,30%	3	1,00
Sierra	0,18	43,40%	2	0,34
Costa	0,19	26,42%	2	0,40
Oriente	0,10	1,89%	1	0,10
Galápagos	0,03	0,00%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>1,84</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>3,22</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Prevalencia de las barreras comerciales nacionales***

Como se puede apreciar en el cuadro N° 139, los componentes que hacen las barreras comerciales más prevalecientes a nivel empresarial, son la competencia, los registros y acreditaciones que deben obtener las PYMEs, y en menor relevancia los precios, el capital que posee la competencia, políticas gubernamentales, y los insumos importados. Si a la ponderación de los componentes se aplica el puntaje correspondiente, por lo tanto se encuentra que el factor de éxito: Prevalencia de las barreras comerciales nacionales tiene una calificación de 1,55/4; equivalente a su índice WEF 2,71/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 139**  
**FACTOR DE ÉXITO: PREVALENCIA DE LAS BARRERAS**  
**COMERCIALES NACIONALES**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Competencia	0,55	25,58%	2	1,10
Insumos importados	0,05	20,93%	1	0,05
Políticas gubernamentales	0,05	16,28%	1	0,05
Precios	0,10	9,30%	1	0,10
Registros y acreditaciones	0,15	6,98%	1	0,15
Capital	0,10	0,00%	0	0,10
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,45</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>2,54</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Intensidad de la competencia local***

Según el Cuadro N° 140 los componentes que influyen en la intensidad de la competencia local de las PYMEs en estudio, son en primer lugar el posicionamiento, seguido de precios bajos, y en menor proporción recursos y gestión de ventas respectivamente. Si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se encuentra que el factor de éxito Intensidad de la competencia local tiene una calificación de 1,80/4, o su equivalente a índice WEF 3,15/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2)

**CUADRO N° 140**

**FACTOR DE ÉXITO: INTENSIDAD DE LA COMPETENCIA LOCAL**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Posicionamiento	0,40	27,08%	2	0,80
Recursos	0,20	52,08%	3	0,60
Gestión de ventas	0,10	10,42%	1	0,10
Precios bajos	0,30	6,25%	1	0,30
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,80</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>3,15</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Estado del desarrollo de clústers (Expansión)***

Tal como muestra el cuadro N° 141, los factores que favorecen al desarrollo de clústers empresariales para su expansión, de acuerdo a la ponderación asignada, son los recursos con mayor incidencia, seguido de costos, exportaciones e integración. Si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se encuentra que el factor de éxito Estado del desarrollo de clústers (Expansión) tiene una calificación de 1,40/4, o su equivalente a índice WEF 2,45/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2)

**CUADRO N° 141**

**FACTOR DE ÉXITO: ESTADO DEL DESARROLLO DE CLÚSTERS (EXPANSIÓN)**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Integración	0,2	66,67%	3	0,60
Exportaciones	0,2	16,67%	1	0,20
Costos	0,2	10,00%	1	0,20
Recursos	0,4	3,33%	1	0,40
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>1,40</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>2,45</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Capacidad de Innovación***

Los datos del Cuadro N° 142 muestra la ponderación asignada a los subfactores que favorecen la capacidad de innovación en las PYMEs investigadas siendo la más relevante I&D, seguido de innovar productos, y la tecnología. Si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se encuentra que el factor de éxito Capacidad de Innovación alcanza una calificación de 1,20/4, o su equivalente WEF 2,10/7. Lo cual en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 142**

**FACTOR DE ÉXITO: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Innovar productos	0,30	70,00%	3	0,90
Tecnología	0,30	16,67%	1	0,30
I&D	0,40	0,00%	0	0,40
<b>TOTAL</b>	<b>0,6</b>			<b>1,20</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>2,10</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### 5.1.2 Sección Mercadeo

#### *Factor de éxito: Grado de comercialización*

Como se puede apreciar en el cuadro N° 143, los componentes que favorecen al grado de comercialización de las PYMEs encuestadas, son los objetivos, seguido de estrategias y políticas, y en menor relevancia la investigación de mercado y evaluación. Si a la ponderación de los componentes se aplica el puntaje correspondiente, se encuentra que el factor de éxito: Grado de comercialización tiene una calificación de 2,75/4; equivalente a su índice WEF 4,81/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad menos importante (2) y una fortaleza menos importante (3).

**CUADRO N° 143**

#### **FACTOR DE ÉXITO: GRADO DE COMERCIALIZACIÓN**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Objetivos	0,30	39,53%	2	0,60
Estrategias	0,20	57,78%	3	0,60
Políticas	0,20	95,74%	4	0,80
Investigación de mercado	0,15	41,67%	2	0,30
Evaluación	0,15	69,23%	3	0,45
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>2,75</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>4,81</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Grado de orientación al cliente***

Conforme al siguiente cuadro, los componentes que favorecen para el grado de orientación hacia los clientes de las PYMEs encuestadas, son la oportunidad, seguido de asistencia y garantías, y en menor relevancia el servicio postventa. Si a la ponderación de los componentes se aplica el puntaje correspondiente, se encuentra que el factor de éxito: Grado de orientación al cliente tiene una calificación de 1,40/4; equivalente a su índice WEF 2,45/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 144**

**FACTOR DE ÉXITO: GRADO DE ORIENTACIÓN AL CLIENTE**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Asistencia	0,20	74,29%	3	0,60
Garantía	0,20	14,29%	1	0,20
Servicio post-venta	0,10	5,71%	1	0,10
Oportunidad	0,50	86,67%	4	0,50
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>2,90</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>5,08</b>

a

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Calidad de los proveedores locales***

La calidad de los proveedores locales, según el cuadro N° 145, del CIU C20: va en orden de trascendencia con el servicio, desde “Muy buena” (0,40) hasta “Deficiente” (0,10) Si a los valores antes referidos se le aplica el puntaje correspondiente, se encuentra que el factor de éxito: Calidad de los proveedores locales, tiene una calificación final de 1,70/4 o su equivalente WEF: 2,98/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 145**

**FACTOR DE ÉXITO: CALIDAD DE LOS PROVEEDORES LOCALES**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
MUY BUENO	0,40	60%	3	1,20
BUENO	0,30	13%	1	0,30
REGULAR	0,20	10%	1	0,20
DEFICIENTE	0,10	0%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>0,11</b>			<b>1,70</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>2,98</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla



### 5.1.3 Sección Apertura comercial

#### *Factor de éxito: Índice del tamaño del mercado extranjero*

Como se puede apreciar en el cuadro N° 146, las características que hacen del tamaño del mercado extranjero más dinámico a nivel empresarial, son: el ser una Empresa exportadora, y el Volumen de exportación, y en menor relevancia el ser exportador directo, y el llegar a nuevos mercados. Si a la ponderación de los componentes se aplica el puntaje establecido se encuentra que el factor de éxito: Índice del tamaño del mercado extranjero tiene una calificación de 1,60/4; equivalente a su índice WEF 2,80/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 146**

#### **FACTOR DE ÉXITO: ÍNDICE DEL TAMAÑO DEL MERCADO EXTRANJERO**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Empresa exportadora	0,30	6,67%	1	0,30
Exportador directo	0,20	100,00%	4	0,80
Nuevos mercados	0,20	20,00%	1	0,20
Volumen de exportación	0,30	25,00%	1	0,30
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,60</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>2,80</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Aranceles***

De acuerdo al cuadro N° 147, los componentes que hacen más prevalecientes al factor de éxito aranceles, son: facilidad en trámites, seguido de exención de impuestos, y beneficio en acuerdos comerciales y en menor relevancia restricciones arancelarias. Si a la ponderación de los componentes se aplica el puntaje establecido se encuentra que el factor de éxito: Aranceles tiene una calificación de 0.40/4; equivalente a su índice WEF 0,70/7 que en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad absoluta (1).

**CUADRO N° 147  
FACTOR DE ÉXITO: ARANCELES**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Restricciones arancelarias	0,10	20,00%	4	0,40
Beneficio acuerdos comerciales	0,20	0,00%	0	0,00
Exención de impuestos	0,20	0,00%	0	0,00
Facilidad en trámites	0,50	0,00%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>0,40</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>0,70</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Alcance y efecto de los impuestos (Materia Prima)***

Según el Cuadro N° 148 las diferentes cualidades del alcance y efecto de los impuestos, son en primer lugar un “Efecto mínimo”, luego un “Efecto moderado”, seguido de un “Efecto significativo” y en último lugar un “Efecto relevante”. Si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se encuentra que el factor de éxito Alcance y efecto de los impuestos (Materia Prima) tiene una calificación de 1,70/4, o su equivalente a índice WEF 2,98/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 148**

**FACTOR DE ÉXITO: ALCANCE Y EFECTO DE LOS  
IMPUESTOS (MATERIA PRIMA)**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Efecto mínimo	0,40	33,33%	2	0,80
Efecto moderado	0,30	26,67%	2	0,60
Efecto significativo	0,20	16,67%	1	0,20
Efecto relevante	0,10	23,33%	1	0,10
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,70</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>2,98</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Alcance y efecto de los impuestos (Producto Terminado)***

De acuerdo al siguiente cuadro las diferentes cualidades del alcance y efecto de los impuestos, son en primer lugar un “Efecto mínimo”, luego un “Efecto moderado”, seguido de un “Efecto significativo” y en último lugar un “Efecto relevante”. Si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se encuentra que el factor de éxito Alcance y efecto de los impuestos (Producto terminado) tiene una calificación de 1,40/4, o su equivalente a índice WEF 2,45/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 149**

**FACTOR DE ÉXITO: ALCANCE Y EFECTO DE LOS IMPUESTOS (PRODUCTO TERMINADO)**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Efecto mínimo	0,40	26,67%	2	0,80
Efecto moderado	0,30	13,33%	1	0,30
Efecto significativo	0,20	13,33%	1	0,20
Efecto relevante	0,10	6,67%	1	0,10
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,40</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>2,45</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Peso de las regulaciones gubernamentales***

Los principales componentes de éxito que hacen parte del peso de las regulaciones gubernamentales según información proporcionada por las PYMEs investigadas son los entes de control y las políticas respectivas. Por lo tanto si a la ponderación de los componentes se aplica el puntaje previsto se encuentra que el factor de éxito Peso de las regulaciones gubernamentales tiene una calificación de 1,00/4, o su similar en índice WEF 1,75/7 que en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad importante (1).

**CUADRO N° 150**

**FACTOR DE ÉXITO: PESO DE LAS REGULACIONES GUBERNAMENTALES**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Políticas	0,30	3,33%	1	0,30
Entes de control	0,70	3,33%	1	0,70
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,00</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>1,75</b>

:

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

#### 5.1.4 Gobierno

##### *Factor de éxito: Requisitos para iniciar un negocio*

Los principales requerimientos según lo contestado por las PYMEs del CIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos son en orden de importancia el acceso a créditos, le sigue la asesoría recibida, y en tercer lugar la facilidad en trámites al igual que las políticas de fomento industrial. Si a la ponderación, se le aplica el puntaje establecido se encuentra que el factor de éxito: Requisitos para iniciar un negocio, tiene una calificación de 0,85/4 o su equivalente WEF: 1,49/7 que en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad absoluta (1).

#### CUADRO N° 151

##### FACTOR DE ÉXITO: REQUISITOS PARA INICIAR UN NEGOCIO

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Créditos	0,50	16,13%	1	0,50
Asesoría	0,20	9,68%	1	0,20
Facilidad en trámites	0,15	0,00%	0	0,00
Políticas de fomento industrial	0,15	9,68%	1	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>0,85</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>1,49</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Transparencia en las políticas del gobierno***

La ponderación asignada establece la importancia de cada uno de estos lineamientos en la transparencia de las políticas del gobierno, ocupando el primer lugar la transparencia en la gestión, y conjuntamente en el segundo lugar se encuentran las políticas de fomento, los incentivos y los proyectos enfocados al desarrollo de las PYMEs estudiadas. Si a la ponderación, se le aplica el puntaje establecido se encuentra que el factor de éxito: Transparencia en las políticas del gobierno, tiene una calificación de 1,00/4 o su equivalente WEF: 1,75/7 que en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad absoluta (1).

**CUADRO N° 152**

**FACTOR DE ÉXITO: TRANSPARENCIA EN LAS POLÍTICAS DEL GOBIERNO**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Políticas de fomento	0,20	6,67%	1	0,2
Transparencia de gestión	0,40	0,00%	1	0,4
Incentivos	0,20	12,50%	1	0,2
Proyectos	0,20	6,67%	1	0,2
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>1</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>1,75</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Eficacia de los Ministerios públicos***

Como se puede apreciar en el cuadro N° 153, los elementos que rigen a los ministerios, es la eficiencia en todas sus gestiones y se considera la misma importancia para las políticas tributaria, financiera, laboral y de comercio exterior al igual que los proyectos de fomento industrial. Por ende si a la ponderación de las políticas se aplica el puntaje correspondiente, se encuentra que el factor de éxito: Eficacia de los ministerios públicos tiene una calificación de 2,40/4; equivalente a su índice WEF 4,20/7 que en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 153**

**FACTOR DE ÉXITO: EFICACIA DE LOS MINISTERIOS PÚBLICOS**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Proyectos de fomento industrial	0,20	23,33%	1	0,20
Política tributaria	0,20	73,33%	3	0,60
Política financiera	0,20	70,00%	3	0,60
Política laboral	0,20	66,67%	3	0,60
Política de comercio exterior	0,20	30,00%	2	0,40
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>2,40</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>4,20</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla



### 5.1.5 Sección: De las Instituciones

#### *Factor de éxito: Confianza del público en el gobierno*

Previo al análisis de resultados, se determinó que los elementos más prevalecientes que generan confianza de los ciudadanos en el gobierno son: eficacia en la prestación de los servicios, y transparencia del proceso de compras públicas; y en menor relevancia las políticas de fomento y de control. Por lo tanto si a la ponderación se aplica el puntaje correspondiente, se encuentra que el factor de éxito: Confianza del público en el gobierno tiene una calificación de 2,10/4; equivalente a su índice WEF 3,68/7 que en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 154**  
**FACTOR DE ÉXITO: CONFIANZA DEL PÚBLICO EN EL**  
**GOBIERNO**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Eficacia en la prestación de servicios	0,30	16,67%	1	1,65
Transparencia en compras públicas	0,30	2,94%	1	0,26
Políticas de fomento	0,20	5,88%	1	0,15
Políticas de control	0,20	11,76%	1	0,04
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>2,10</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>3,68</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Protección de la propiedad intelectual***

Según el Cuadro N° 155 los componentes que fortalecen la Protección de la propiedad intelectual de las PYMEs en estudio, son en primer lugar la vigilancia de la propiedad intelectual, en segundo lugar individualmente están las políticas anexas de los ministerios y los auspicios por parte de las diferentes agremiaciones que apoyan a la pequeña y mediana industria. Si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se determina que el factor de éxito Protección de la propiedad intelectual tiene una calificación de 1,70/4, o su equivalente a índice WEF 2,98/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 155**

**FACTOR DE ÉXITO: PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Vigencia de la Ley de propiedad intelectual	0,70	44,12%	2	1,40
Políticas anexas ministerios	0,15	8,82%	1	0,15
Auspicios agremiaciones	0,15	2,94%	1	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>1,70</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>2,98</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas.***

Los principales elementos que inciden en este factor son, baja productividad en las empresas, seguido de costos de vigilancia privada, y corrupción sobre precios en productos. Por lo tanto si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se determina que el factor de éxito Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas tiene una calificación de 0,40/4, o su equivalente a índice WEF 0,70/7 que en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad absoluta (1).

**CUADRO N° 156**

**FACTOR DE ÉXITO: COSTOS DE LA DELINCUENCIA Y LA VIOLENCIA EN LAS EMPRESAS**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Baja productividad	0,40	3,33%	1	0,40
Costos de vigilancia privada	0,30	0,00%	0	0,00
Corrupción, sobre precios en productos	0,30	0,00%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>0,40</b>
<b>EQUIVALENTE INDICE WEF</b>				<b>0,70</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### 5.1.6 Sección : Infraestructura Física

#### *Factor de éxito: Calidad de la infraestructura<sup>27</sup>*

Aquí el cálculo del factor de éxito: calidad general de la infraestructura, se encuentra estructurada por los componentes, transporte, telecomunicaciones, distribución de energía eléctrica y gas, puertos y aeropuertos, servicios sanitarios.

En el cuadro N° 157 se puede observar que los componentes preponderantes son servicios sanitarios, transporte terrestre, marítimo y aéreo y el de menor relevancia puertos y aeropuertos, por lo tanto si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se determina que dicho factor de éxito: tiene una calificación de 1,80/4, o su equivalente a índice WEF 3,15/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una fortaleza menos importante (3).

---

<sup>27</sup> (Transporte terrestre, marítimo y aéreo, Telecomunicaciones, Distribución de energía eléctrica- gas, Puertos y aeropuertos, y Servicios sanitarios)

**CUADRO N° 157**  
**FACTOR DE ÉXITO: CALIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA**

<b>CALIDAD GENERAL DE LA INFRAESTRUCTURA</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE INDICE WEF/7</b>
Transporte terrestre, marítimo y aéreo	1,9	3,325
Telecomunicaciones	1,9	3,325
Distribución de energía eléctrica y gas	1,9	3,325
Puertos y aeropuertos	1,3	2,275
Servicios sanitarios	2	3,5
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>15,75</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>1,8</b>	<b>3,15</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

## CUADRO N° 158

**DESGLOSE DEL CÁLCULO DEL FACTOR DE ÉXITO:  
CALIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA**

	VALORACIÓN	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	NS/NC	TOTAL	EQUIVALENTE INDICE WEF
		<b>0,40</b>	<b>0,30</b>	<b>0,20</b>	<b>0,10</b>	<b>0,00</b>		
Transporte terrestre, marítimo y aéreo	DATO ENCUESTA	36,67%	56,67%	3,33%	0,00%	3,33%	<b>1,90</b>	<b>3,33</b>
	CALIFICACION	2	3	1	0	1		
	CALIFICACION PONDERADA /4	0,80	0,90	0,20	0,00	0,00		
Telecomunicaciones	DATO ENCUESTA	30,00%	63,33%	3,33%	0,00%	3,33%	<b>1,90</b>	<b>3,33</b>
	CALIFICACION	2	3	1	0	1		
	CALIFICACION PONDERADA /4	0,80	0,90	0,20	0,00	0,00		
Distribución de energía eléctrica y gas	DATO ENCUESTA	26,67%	66,67%	3,33%	0,00%	3,33%	<b>1,90</b>	<b>3,33</b>
	CALIFICACION	2	3	1	0	1		
	CALIFICACION PONDERADA /4	0,80	0,90	0,20	0,00	0,00		
Puertos y aeropuertos	DATO ENCUESTA	20,00%	70,00%	0,00%	0,00%	10,00%	<b>1,30</b>	<b>2,28</b>
	CALIFICACION	1	3	0	0	1		
	CALIFICACION PONDERADA /4	0,40	0,90	0,00	0,00	0,00		
Servicios sanitarios	DATO ENCUESTA	66,67%	30,00%	3,33%	0,00%	0,00%	<b>2,00</b>	<b>3,50</b>
	CALIFICACION	3	2	1	0	0		
	CALIFICACION PONDERADA /4	1,20	0,60	0,20	0,00	0,00		

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

### 5.1.7 Sección: Mercado Financiero

#### *Factor de éxito: Facilidad de acceso al crédito*

Como se observa en el cuadro N° 159, las principales opciones de uso de los fondos cuando se tiene facilidad de acceso al crédito es capital de trabajo, en segundo lugar importación de materias primas, en tercer lugar uso para la compra de maquinaria, y/o proyectos de inversión, y en cuarto lugar para el pago a proveedores. Si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se determina que el factor de éxito Facilidad de acceso al crédito tiene una calificación de 1,52/4, o su equivalente a índice WEF 2,66/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 159**  
**FACTOR DE ÉXITO: FACILIDAD DE ACCESO AL CRÉDITO**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Capital de trabajo	0,40	36,67%	2	1,04
Compra de maquinaria	0,15	20,00%	1	0,04
Proyectos de inversión	0,15	16,67%	1	0,03
Importación de materias primas	0,20	10,00%	1	0,26
Pago a proveedores	0,10	10,00%	1	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>1,52</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>2,66</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Financiamiento a través del mercado local de capital***

De acuerdo al siguiente cuadro, las principales opciones de uso de los fondos cuando se tiene facilidad de acceso al crédito es capital de trabajo, en segundo lugar importación de materias primas, en tercer lugar uso para la compra de maquinaria, y/o proyectos de inversión, y en cuarto lugar para el pago a proveedores. Si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se determina que el factor de éxito Financiamiento a través del mercado local de capital tiene una calificación de 1,52/4, o su equivalente a índice WEF 2,66/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 160**  
**FACTOR DE ÉXITO: FINANCIAMIENTO A TRAVÉS DEL**  
**MERCADO LOCAL DE CAPITAL**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Capital de trabajo	0,40	30,00%	2	1,04
Compra de maquinaria	0,15	10,00%	1	0,04
Proyectos de inversión	0,15	13,33%	1	0,03
Importación de materias primas	0,20	6,67%	1	0,26
Pago a proveedores	0,10	10,00%	1	0,15
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>1,52</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>2,66</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla



***Factor de éxito: Disponibilidad de los servicios financieros***

Una vez que los empresarios tienen acceso a los servicios financieros, las más relevantes opciones de uso de los fondos cuando se tiene facilidad de acceso al crédito es capital de trabajo, en segundo lugar importación de materias primas, en tercer lugar uso para la compra de maquinaria, y/o proyectos de inversión, y en cuarto lugar para el pago a proveedores. Si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se determina que el factor de éxito Financiamiento a través del mercado local de capital tiene una calificación de 1,52/4, o su equivalente a índice WEF 2,66/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 161  
FACTOR DE ÉXITO: DISPONIBILIDAD DE LOS SERVICIOS  
FINANCIEROS**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Capital de trabajo	0,4	6,67%	2	0,80
Compra de maquinaria	0,15	3,33%	1	0,15
Proyectos de inversión	0,15	0,00%	0	0,00
Importación de materias primas	0,2	0,00%	0	0,00
Pago a proveedores	0,1	0,00%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>0,95</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>1,66</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Restricción en los flujos de capital***

De acuerdo a los elementos que más influyen en el factor de éxito: Restricción en los flujos de capital, se considera en igual importancia a líneas de crédito privadas y gubernamentales, por lo tanto si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se determina que el factor de éxito Restricción en los flujos de capital alcanza una calificación de 1.50/4 o su equivalente WEF 2.63/7 lo cual en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 162**  
**FACTOR DE ÉXITO: RESTRICCIÓN EN LOS FLUJOS DE CAPITAL**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Líneas de crédito privadas	0,50	33,00%	2	1,00
Líneas de crédito gubernamentales	0,50	3,00%	1	0,50
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,50</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>2,63</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### 5.1.8 Sección: Eficiencia del mercado laboral

#### *Factor de éxito: Tasa de matriculación en la educación superior*

Los elementos de este factor de éxito tienen importancia significativa por las ponderaciones mas relevantes, en primer lugar la preparación universitaria, en segundo lugar individualmente la educación tecnológica y la especialización, y en tercer lugar los estudios de maestría, por ende si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se determina que el factor de éxito Tasa de matriculación en la educación superior alcanza una calificación de 0,55/4 o su equivalente WEF 1,05/7 lo cual en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad absoluta (1).

#### CUADRO N° 163

#### FACTOR DE ÉXITO: TASA DE MATRICULACIÓN EN LA EDUCACIÓN SUPERIOR

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Tecnológica	0,25	5,17%	1	0,25
Universitaria	0,30	20,00%	1	0,30
Especialización	0,25	0,00%	0	0,00
Maestría	0,20	0,00%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>0,55</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>1,05</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Paga y productividad***

En el cuadro N° 164 se puede observar que tanto la productividad de la fuerza laboral de subsector como la productividad laboral de cada una de las PYMEs estudiadas tiene una importancia similar dentro del factor de éxito: Paga y productividad, por ende si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se determina que el factor de éxito: Paga y productividad tiene una calificación de 1,60/4, o su equivalente a índice WEF 2,80/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 164**

**FACTOR DE ÉXITO: PAGA Y PRODUCTIVIDAD DE LA FUERZA LABORAL DEL SUBSECTOR**

<b>FACTOR DE ÉXITO : Paga y Productividad</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE INDICE WEF/7</b>
Productividad de fuerza laboral del subsector	1,60	2,80
Productividad laboral propia	1,60	2,80
<b>TOTAL</b>	<b>3,20</b>	<b>5,60</b>
<b>PROMEDIO</b>	<b>1,60</b>	<b>2,80</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**CUADRO N° 165**

**FACTOR DE ÉXITO: PAGA Y PRODUCTIVIDAD DE LA  
FUERZA LABORAL DEL SUBSECTOR Y DE LA FUERZA  
LABORAL PROPIA**

	VALORACIÓN	MUY BUENO	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE	TOTAL	EQUIVALENTE INDICE WEF
	PONDERACIÓN	0,40	0,30	0,20	0,10		
<b>Productividad de fuerza laboral del subsector</b>	<b>DATO ENCUESTA</b>	3,33%	10,00%	13,33%	73,33%	<b>1,60</b>	<b>2,80</b>
	<b>CALIFICACION</b>	2	2	1	0		
	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	0,80	0,60	0,20	0,00		
<b>Productividad laboral propia</b>	<b>DATO ENCUESTA</b>	40,00%	50,00%	3,33%	0,00%	<b>1,60</b>	<b>2,80</b>
	<b>CALIFICACION</b>	2	2	1	0		
	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	0,80	0,60	0,20	0,00		

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Flexibilidad en la determinación de los salarios***

Como se puede apreciar en el cuadro N° 166, los instrumentos más importantes que forman en mayor proporción la flexibilidad en la determinación de los salarios son: predisposición para el trabajo, existencia de un buen clima laboral y salarios justos, y en menor relevancia todo lo referente a bonificaciones; por consiguiente si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se determina que el factor de éxito Flexibilidad en la determinación de los salarios alcanza una calificación de 1,42/4 o su equivalente WEF 2,49/7 lo cual en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 166**

**FACTOR DE ÉXITO: FLEXIBILIDAD EN LA DETERMINACION DE LOS SALARIOS**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Bonificaciones	0,10	37,14%	2	0,70
Predisposición para el trabajo	0,30	22,86%	1	0,48
Clima laboral	0,30	20,00%	1	0,14
Salarios justos	0,30	11,43%	1	0,10
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,42</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>2,49</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Cooperación en las relaciones empleador – trabajador***

Las cualidades de la Cooperación en las relaciones empleador - trabajador según información proporcionada por las PYMEs investigadas son: “Muy buena”, seguido de acuerdo a su orden de importancia de las calificaciones “Buena”, Regular” y “Deficiente”. Si a la ponderación de los componentes se aplica el puntaje previsto se encuentra que el factor de éxito mencionado tiene una calificación de 2,00/4, o su similar en índice WEF 3,50/7 que en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 167**

**FACTOR DE ÉXITO: COOPERACIÓN EN LAS RELACIONES  
EMPLEADOR- TRABAJADOR**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
MUY BUENA	0,40	60,00%	3	1,20
BUENA	0,30	36,67%	2	0,60
REGULAR	0,20	3,33%	1	0,20
DEFICIENTE	0,10	0,00%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>2,00</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>3,50</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Disponibilidad local de formación y servicios de Investigación.***

Como se observa en el cuadro N° 168, y de acuerdo a la ponderación dada a los diferentes componentes de este factor de éxito, el más relevante es la disponibilidad de centros de capacitación, en segundo lugar las políticas para capacitación y en tercer lugar los servicios de investigación, en consecuencia dada la ponderación establecida a los componentes del factor de éxito Disponibilidad local de formación y servicios de investigación éste tiene una calificación de 3,40/4, o su similar en índice WEF 5,95/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de fortaleza menos importante (3) y una fortaleza absoluta (4).

**CUADRO N° 168**

**FACTOR DE ÉXITO: DISPONIBILIDAD LOCAL DE FORMACIÓN Y SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Políticas para capacitación	0,30	97,22%	4	1,20
Disponibilidad de centros para capacitación	0,50	80,95%	4	2,00
Servicios de investigación	0,20	2,38%	1	0,20
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>3,40</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>5,95</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla



***Factor de éxito: Prácticas de contratación y despido***

Según el Cuadro N° 169 los instrumentos considerados dentro dicho factor de éxito son : cumplimiento de la ley con la mayor ponderación, amparo al trabajador en segundo lugar, y en menor proporción proceso de selección transparente, por lo tanto si a la ponderación de los instrumentos se le aplica el puntaje correspondiente se encuentra que el factor de éxito Prácticas de contratación y despido tiene una calificación de 2,00/4, o su equivalente a índice WEF 3,50/7 que en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 169**

**FACTOR DE ÉXITO: PRÁCTICAS DE CONTRATACIÓN Y DESPIDO**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Cumplimiento de la ley	0,50	63,33%	3	1,50
Amparo al trabajador	0,30	6,67%	1	0,30
Proceso de selección transparente	0,20	0,00%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>			<b>2,00</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>3,50</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### 5.1.9 Sección: Desarrollo tecnológico

#### *Factor de éxito: Disponibilidad de las últimas tecnologías*

Conforme al cuadro N° 170 éste muestra que la ponderación asignada, al capital y a la tecnología de punta con las que cuenta una empresa son las más relevantes, y en menor proporción individualmente están la infraestructura y el recurso humano disponible. Si a la ponderación de éstos componentes se le aplica puntaje respectivo se encuentra que el factor de éxito: Disponibilidad de las últimas tecnologías tiene una calificación de 1,60/4 o su equivalente WEF 2,80/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 170**

#### **FACTOR DE ÉXITO: DISPONIBILIDAD DE LAS ÚLTIMAS TECNOLOGÍAS**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Capital	0,30	12,20%	1	0,30
Infraestructura	0,20	12,20%	1	0,20
Tecnología de punta	0,30	71,34%	3	0,90
Recurso Humano	0,20	7,32%	1	0,20
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,60</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>2,80</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Nivel de la empresa en absorción de tecnología.***

Los subfactores considerados para medir el nivel de la empresa en absorción de tecnología de acuerdo a su incidencia, es en primer lugar la disponibilidad de capital, y el grado de flexibilidad por parte de la gerencia, en segundo lugar están los convenios de transferencia de tecnología-procesos y de tecnología-productos, por lo tanto si a la ponderación de éstos subfactores se le aplica puntaje correspondiente se encuentra que el factor de éxito: Nivel de la empresa en absorción de tecnología tiene una calificación de 1,00/4 o su equivalente WEF 1,75/7 que en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad importante (1).

**CUADRO N° 171**  
**FACTOR DE ÉXITO: NIVEL DE LA EMPRESA EN**  
**ABSORCIÓN DE TECNOLOGÍA**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Convenios de transferencia de tecnología - procesos	0,20	25,00%	1	0,20
Convenios de transferencia de tecnología - productos	0,20	12,50%	1	0,20
Disponibilidad de capital	0,30	0,00%	0	0,00
Flexibilidad de Gerencia	0,30	46,67%	2	0,60
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,00</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>1,75</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Capacidad de Innovación***

Para lograr la inserción en el mercado global y el posicionamiento se observa en el cuadro N° 172 las innovaciones que las PYMEs en estudio, consideran importantes para lograrlo, por lo tanto se han realizado principalmente en las áreas de: marketing, administración, finanzas, producción, recursos humanos e investigación de mercado y en menor relevancia política de incentivos, por lo tanto si a la ponderación de éstos elementos se le aplica puntaje correspondiente se encuentra que el factor de éxito: Capacidad de innovación tiene una calificación de 1,85/4 o su equivalente WEF 3,24/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 172  
FACTOR DE ÉXITO: CAPACIDAD DE INNOVACIÓN**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Innovaciones en Marketing	0,15	33,33%	2	0,30
Innovaciones en Administración	0,15	30,00%	2	0,30
Innovaciones en Finanzas	0,15	20,00%	1	0,15
Innovaciones en Producción	0,15	70,00%	3	0,45
Innovaciones en Recursos Humanos	0,15	13,33%	1	0,15
Estudio de mercado	0,15	36,11%	2	0,30
Política de incentivos	0,10	30,56%	2	0,20
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,85</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>3,24</b>

**Fuente:** Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Colaboración universidad-industria en investigación y desarrollo***

Los principales colaboradores del CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos son en igual importancia la oferta de programas de universidades y su participación en los mismos. Si a la ponderación de estos elementos, se le aplica el puntaje correspondiente se encuentra que el factor de éxito: Colaboración universidad-industria en investigación y desarrollo, tiene una calificación de 0,50/4 o su equivalente WEF: 0,88/7 que en términos de valoración significa que se encuentra en una situación de debilidad importante (1).

**CUADRO N° 173**

**FACTOR DE ÉXITO: COLABORACIÓN UNIVERSIDAD-INDUSTRIA EN INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Oferta de programas de universidades	0,50	3,33%	1	0,50
Participación en programas Universidad-Empresa	0,50	0,00%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>0,50</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>0,88</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

***Factor de éxito: Derechos de propiedad***

El siguiente cuadro indica que en el factor de éxito: Derechos de propiedad, prevalece a nivel empresarial tanto los productos como los procesos patentados por lo tanto aplicando el puntaje correspondiente se encuentra que el factor de éxito: Derechos de propiedad, tiene una calificación de 1,50/4 o su equivalente WEF: 2,63/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 174**

**FACTOR DE ÉXITO: DERECHOS DE PROPIEDAD**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Productos patentados	0,50	56,67%	3	1,50
Procesos patentados	0,50	0,00%	0	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,50</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>2,63</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### 5.1.10 Sección: Gestión Gerencial

#### *Factor de éxito: Disposición para delegar autoridad*

Según el Cuadro N° 175 los elementos tomados en cuenta para medir el factor de éxito: Disposición para delegar autoridad, de acuerdo a su orden de importancia van de la siguiente manera, en primer lugar y como el más importante está la participación de todo el personal en la elaboración de la planificación estratégica, en segundo lugar se encuentran los programas de mejoramiento continuo y el empoderamiento de calidad, por lo tanto si a la ponderación de los componentes se le aplica el puntaje correspondiente se encuentra que dicho factor de éxito alcanza una calificación de 1,80/4, o su equivalente a índice WEF 3,15/7 que en términos de valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 175**  
**FACTOR DE ÉXITO: DISPOSICIÓN PARA DELEGAR**  
**AUTORIDAD**

COMPONENTE	PONDERACIÓN	DATO ENCUESTA	PUNTAJE	RESULTADO PONDERADO/4
Participación de todo el personal en Planificación estratégica	0,60	26,67%	2	1,20
Programas de mejoramiento continuo	0,20	9,09%	1	0,20
Empoderamiento de calidad	0,20	27,12%	2	0,40
<b>TOTAL</b>	<b>1,00</b>			<b>1,80</b>
<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>				<b>3,15</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4 / **Elaborado por:** María Sol Padilla

## **5.2 APROXIMACION A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR CIU C 20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS**

De acuerdo a los resultados obtenidos en la sección 5.1 se puede determinar que los pilares más relevantes son: el de mercadeo con una calificación ponderada de 1,95/4, la eficiencia del mercado laboral con una calificación de 1,84/4, la infraestructura física con una calificación de 1,80/4 y gestión gerencial con 1,75/4; resumiendo el subsector CIU C 20: Fabricación de sustancias y productos químicos presenta una sumatoria de 13,73, que en promedio equivale a 1,37/4, o lo que en términos de valoración final significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2). (Cuadro N° 176)



**CUADRO N° 176**  
**APROXIMACION A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR**  
**CIU C 20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS**  
**QUÍMICOS**

<b>SECCIONES</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>RESULTADO PONDERADO /4</b>
1	MERCADO	1,49
2	MERCADEO	1,95
3	APERTURA COMERCIAL	1,22
<b>F</b> 4	GOBIERNO	1,42
5	INSTITUCIONES	1,40
6	INFRAESTRUCTURA FISICA	1,80
7	MERCADO FINANCIERO	1,37
8	EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL	1,84
9	DESARROLLO TECNOLÓGICO	1,29
10	GESTION GERENCIAL	1,75
<b>TOTAL</b>		<b>13,73</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>1,37</b>

**Fuente:** Datos Capítulo 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

## **6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En base a la serie de reflexiones que se han hecho en los capítulos anteriores es posible establecer las siguientes conclusiones y recomendaciones.

### **6.1 CONCLUSIONES**

#### **6.1.1 De los resultados de la investigación**

##### **Sección Mercado**

Los segmentos o nichos de mercado más importantes hacia los cuales dirige los productos el subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos son los sectores: Agrícola, Construcción, Manufactura, en esta de manera especial el subsector Industria de alimentos y bebidas, abasteciéndolos con productos como fungicidas, abonos, bioestimulantes, pinturas, barnices, lacas, esmaltes, caucho, dióxido de carbono, productos de limpieza y desinfección etc.

- Sus principales compradores son las empresas pertenecientes a la industria de alimentos y bebidas, distribuidores y almacenes, centros ferreteros y plantaciones florícolas, etc.
- Las cualidades de valor en que se centran sus productos frente a la competencia, son la calidad con un 43,64 por ciento de respuestas, seguido de precio y la innovación continua que tratan de mantener las PYMEs investigadas.
- Para que lleguen los productos al consumidor final, el medio que utilizan los empresarios del CIIU C20 es el canal directo, y el resto lo hace a través de distribuidores y comerciantes mayoristas.
- El 28,30 por ciento de las empresas investigadas comercializan sus productos a nivel nacional, el 16,98 solo a la región Sierra, debido a la presencia de plantaciones florícolas, y al consumo masivo de papa especialmente en las provincias de la parte centro-norte del país; y el 11,32 por ciento se enfocan en la región Costa específicamente por los cultivos bananeros, de piña, cacao, arroz etc.
- En lo referente a las dificultades para ingresar y posicionarse en el mercado nacional, a las que deben enfrentarse las PYMEs del subsector analizado son: gran parte de la materia prima utilizada es importada y esto genera costos que muchas veces los empresarios no pueden cubrir.
- Las regulaciones gubernamentales e inestabilidad política; no menos importante es la falta de apoyo gubernamental, de las instituciones

vinculadas directamente con la pequeña y mediana industria, así como los múltiples trámites y registros que deben cumplir y su problemático proceso de obtención.

- Adicionalmente se conoció acerca de los proyectos futuros que llevarán a cabo los empresarios encuestados, entre los más importantes se mencionó: ampliar el mercado, llegar con nuevos productos a sus clientes, alianzas estratégicas y certificaciones de calidad.

### **Sección Mercadeo**

- El 73.33 por ciento de las PYMEs del subsector en estudio afirman que cuentan con un plan de mercadeo y de dicha afirmación se deriva que la persona que está a cargo de llevar esta gestión es el gerente de ventas (33,33%) y el gerente general (30,00%) que en la mayoría de veces es propietario de la empresa. Un 26,67 por ciento mencionó que no cuentan con un plan de mercadeo.
- De aquellas empresas que poseen plan de mercadeo, los objetivos a conseguir son: expandir el mercado, lanzar nuevos productos, e incrementar ventas, por lo tanto las estrategias en las cuales están trabajando para lograr esos objetivos son: brindar asistencia técnica a los clientes, ya que de esta manera se puede conocer más de cerca los requerimientos del consumidor; seguido de mantener la calidad del producto; y realizar una medición constante del cumplimiento de planes. Las empresas encuestadas que no poseen un control

como tal, simplemente se basan en la satisfacción del cliente y en el cumplimiento de ventas.

- La fijación de precios en este subsector se hace en base a lo que fija la competencia, a los costos de producción, añadiéndole un porcentaje de rentabilidad, por lo general un 30 por ciento, y en base a conservar los precios a clientes preferenciales.
- El 73,33 por ciento posee plan de promoción y publicidad, y los ejes a través de los cuales manejan esta herramienta son: por medio de catálogos, folletos, revistas, página web, etc. y la más importante es la buena referencia, que transmiten sus clientes.
- La frecuencia con que se realizan investigaciones de mercado, es semestralmente con el 31,25 por ciento, y una vez al año con el 21,88.
- Los empresarios encuestados basándose en una escala de 1 a 100 por ciento aseguraron que su cumplimiento para con sus clientes está en 81-100%. La atención de sus proveedores también va en una escala de 81- 100%

### **Sección Apertura comercial**

- El 93,33 por ciento de las empresas encuestadas, no realiza exportaciones, apenas lo hacen 2 de las 30 investigadas. Las exportaciones son hechas a Colombia y Venezuela en forma

mensual o trimestralmente contando con su respectivo registro de exportador.

- El porcentaje de producción que se destina a exportar va entre 1-25; en lo referente al peso de los aranceles para la entrada de los productos que ofrecen las PYMEs del sector C20, es bajo ya que va entre 1-10 por ciento, dicho pago depende mucho de las barreras arancelarias establecidas por cada país de destino.
- Los principales insumos que importa el subsector C20 son sustancias químicas, envases, ciertas pinturas y productos elaborados, y su peso en el costo del producto terminado representa entre 1-25 por ciento.
- La políticas gubernamentales de fomento a las exportaciones para este subsector de la industria manufacturera no tiene incidencia ya que le es indiferentes debido a que casi todas las PYMEs investigadas no exportan; entre otras razones por la insuficiente capacidad de producción, capital requerido, además de los trámites y requisitos que según afirman son lentos.

### **Sección Gobierno**

- Después del análisis de los resultados se pudo llegar a la conclusión que las PYMEs del subsector estudiado, no cuentan con incentivos, mecanismos de apoyo gubernamental, ni tampoco de políticas por parte del Estado que busquen mejorar la competitividad de su respectivo subsector; o simplemente no conocen tales mecanismos de apoyo ya que prefieren sustentarse con autogestión.
- Debido a que las políticas del gobierno en el ámbito, tributario, financiero, laboral y comercio exterior son imposiciones legales que se deben cumplir, los empresarios encuestados expresaron que se atienen a lo que dicta la ley y que para ellos de cierta forma ha tenido una incidencia positiva, ya que nadie debería tener ventajas o preferencias cuando de cumplir con la ley se trata.

### **Sección De las Instituciones**

- Las principales instituciones con las que se encuentran vinculadas las PYMEs del subsector C 20: fabricación de sustancias y productos químicos son: el SRI, debido al pago de impuestos, al IESS, por la afiliación obligatoria de los trabajadores, al Municipio

de Quito por los permisos de funcionamiento, y al Ministerio del Ambiente por el control del manejo de sustancias químicas.

- El nivel de confianza que representan las Instituciones antes mencionadas se encuentran entre un 51-75 por ciento.
- Se confirmó de acuerdo a la investigación realizada que los empresarios dueños de las PYMEs en estudio se amparan en la Ley de propiedad intelectual (IEPI) en el caso de lanzamiento de nuevos productos, procesos, marcas, patentes, nuevas fórmulas, etc.
- Las agremiaciones o asociaciones a las que se encuentran afiliadas, son a la Cámara de Comercio, Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha (CAPEIPI), Asociación de Empresarios del Norte (AEN), entre otras. Estas instituciones les brindan principalmente servicios de asesoría, capacitación, e información a sus afiliados.
- Cabe mencionar que el nivel de burocracia que existe en las instituciones públicas, acompañado de procesos lentos en trámites, de una u otra manera influye en el ejercicio de las actividades de las PYMEs de éste subsector al momento de solicitar algún requerimiento o trámite en especial.



## **Sección 6 Infraestructura Física**

- La opinión de las PYMEs subsector C20, es que la calidad de la infraestructura física estatal en general es “Buena”; y que el nivel de incidencia en el desarrollo de sus actividades, así como en el caso de intervenir en nuevos mercados, tiene un rango entre 0-25 por ciento en el costo, debido a que son empresas asentadas en la capital con facilidad de acceso a varios medios los recursos básicos. La colaboración del sector privado en el progreso de la infraestructura nacional a criterio de los encuestados no favorece.

## **Sección Mercado Financiero**

- 23 empresas de las 30 investigadas acceden a créditos con la banca privada las restantes (7) se sustentan en sus recursos propios, los préstamos se destinan principalmente para capital de trabajo, compra de maquinaria, y proyectos de inversión.
- Los préstamos otorgados cubren son superiores el 50 por ciento, del monto de requerimientos.

- Las herramientas más usadas para determinar la necesidad de financiamiento para la empresa son el flujo de fondos/ presupuesto de caja y la respectiva liquidez.
- El financiamiento para actividades como cambios tecnológicos, reestructuración industrial e investigación y desarrollo en el mercado interno es mediante autogestión de las PYMEs estudiadas.

### **Sección Eficiencia del Mercado laboral**

- El 56,90 por ciento del personal que labora en las diferentes PYMEs del subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos tiene una formación académica de nivel secundario, esto principalmente en los obreros de planta, bodegas, transporte etc, mientras que también hay una formación universitaria (20%) y tecnológica (5,17%) a nivel de jefes departamentales.
- Al evaluar las destrezas, habilidades y el nivel de educación de la mano de obra vinculada, se determinó que un 47,06 por ciento corresponde a competencias genéricas las cuales son aquellas habilidades innatas de cada persona, dentro de este grupo las más relevantes son logro y acción, ayuda y flexibilidad. En el caso de

competencias técnicas se obtuvo un 52,93 por ciento del total de respuestas que mencionaron que éstas son adquiridas mediante una preparación previa y requieren de un trabajo más intelectual, las principales dentro de este grupo son: técnico-profesionales, operativas, y ejecución de estrategias.

- La productividad de las PYMEs del subsector C 20, según sus administradores la califican como “Buena”, los estimulan de política salarial como bonificaciones que se ofrecen a sus empleados, por fechas especiales, por niveles de productividad y metas alcanzadas.
- Las relaciones entre empleadores y sus trabajadores es calificada de “Muy buena”, en la que prima la buena comunicación y colaboración mutua.
- Los trabajadores accedan a programas de desarrollo personal y profesional, siendo las técnicas más comunes, capacitaciones al personal en su respectiva área de trabajo, así como a motivación y un buen ambiente laboral permanente.

- La incidencia de la política laboral en este subsector es irrelevante ya que cumplen con lo que establece la ley al respecto y son consientes que todos los trabajadores merecen un salario digno.

### **Sección Desarrollo tecnológico**

En el ámbito de desarrollo tecnológico se determinó que el 46,34 por ciento de los encuestados afirma que las fortalezas tecnológicas que posee la competencia son principalmente: el capital por ende desarrollan sus actividades en una infraestructura más amplia y mejor equipada con equipos mucho más modernos que optimizan los procesos de producción.

- Las PYMEs del subsector C20 en su mayoría (58,14 por ciento) no poseen programas de mejoramiento continuo, las que si tienen (23,26) lo hacen por cuenta propia, y se enfocan en lograr normas de calidad total.
- El 50 por ciento de las PYMEs visitadas no realizan innovaciones, las que si lo hacen equivale al 37,50 por ciento, y se han enfocado en lanzar nuevos productos, y por ende mejorar procesos. Estos cambios no serían factibles si no se cuenta con el apoyo de los directivos de las empresas, que se encontró que el nivel de

flexibilidad de los gerentes para adoptar cambios está entre “Muy bueno” y “Bueno”.

- Para promover el proceso de creatividad e innovación de productos y procesos las actividades principales desarrolladas para este fin son: la investigación y desarrollo y la capacitación al personal, adicionalmente se indagó a los encuestados acerca de si poseen patentes, mencionaron que sus marcas efectivamente están registradas como ordena la ley.
- El apoyo por parte de universidades, o escuelas de educación superior hacia las PYMEs investigadas es bajo. Hay un desconocimiento a proyectos de apoyo por parte de las universidades, solamente una empresa mencionó que ya ha participado en los valiosos proyectos de la PUCE.

### **Sección Medio Ambiente**

- El subsector C20 produce desechos sólidos no contaminantes, como cartón papel, plástico; que lo gestionan a través de las personas que se encargan del reciclaje. Existen también desechos líquidos, que de igual manera son manejados de acuerdo a la

normatividad ambiental sin causar ningún daño al entorno. En resumen se concluyó que el impacto ambiental es realmente bajo

### **Sección 11 Gestión gerencial**

- El nivel de formación académica de los gerentes de las PYMEs del CIU C20 en estudio es universitario con el 53,67 por ciento, y de especialización con el 34,33 complementario.
- El 93,33 por ciento de las empresas cuentan con su respectiva misión empresarial y con plan estratégico para enfrentar a la competencia el 40.
- Los presupuestos más comunes que manejan son el de ventas, compras y presupuesto anual.
- Entre las medidas más utilizadas por los gerentes del sector C20, para mejorar la competitividad y reducir costos, están optimizar recursos, optar por el mejor proveedor, y reducción de costos en el proceso productivo, es decir aprovechar de la mejor manera los recursos disponibles.

Los objetivos gerenciales más comunes son: expandir ventas, y lograr la posición de su marca en el mercado, dichos objetivos según afirmaron los encuestados fueron definidos por la alta gerencia.

### **6.1.2 Del Cálculo de la competitividad por factores de éxito**

#### **Sección Mercado**

Los factores de éxito que se tomaron en cuenta para determinar la competencia del mercado ecuatoriano fueron: Tamaño del mercado nacional, Sofisticación del comprador, Naturaleza de la ventaja competitiva, Grado de dominio del mercado, Prevalencia de las barreras comerciales, Intensidad de la competencia local, Estado del desarrollo de clústers y Capacidad de innovación, tal como se aprecia en el cuadro N° 177. La calificación de dichos factores suma 11,82 en escala ponderada de 4, y 20,70 en la del WEF, que en promedio por sección significa una calificación ponderada de 1,49 y su equivalente 2,61. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 177**  
**ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DEL MERCADO**

<b>CODIGO</b>	<b>FACTORES DE ÉXITO</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>
10.01	Índice del tamaño del mercado nacional	1,38	2,42
6.15	Sofisticación del comprador	1,10	1,93
11.04	Naturaleza de la ventaja competitiva	1,65	2,89
6.02	Grado de dominio del mercado	1,84	3,22
6.09	Prevalencia de las barreras comerciales	1,45	2,54
6.01	Intensidad de la competencia local	1,80	3,15
11.03	Estado del desarrollo de clústers	1,40	2,45
12.01	Capacidad de innovación	1,20	2,10
<b>TOTAL</b>		<b>11,82</b>	<b>20,70</b>
<b>CALIFICACIÓN PROMEDIO</b>		<b>1,48</b>	<b>2,59</b>

**Fuente:** Datos Cap. 5

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### **Sección Mercadeo**

Los factores de éxito que fueron tomados en cuenta para determinar la competitividad del mercado fueron: Grado de comercialización, Grado de orientación al cliente y Calidad de proveedores locales, tal como se observa en el cuadro N° 178 la calificación de dichos factores suma 5,85 en la escala ponderada sobre 4 y 10,24 en la del WEF, que en promedio por sección significa una calificación ponderada de 1,95 y su equivalente 3,41. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).



**CUADRO N° 178**  
**ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE MERCADEO**

<b>CODIGO</b>	<b>FACTORES DE ÉXITO</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>
11.08	Grado de comercialización	2,75	4,81
6.14	Grado de orientación al cliente	1,40	2,45
11.02	Calidad de proveedores locales	1,70	2,98
<b>TOTAL</b>		<b>5,85</b>	<b>10,24</b>
<b>CALIFICACIÓN PROMEDIO</b>		<b>1,95</b>	<b>3,41</b>

**Fuente:** Datos Cap. 5

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Sección Apertura comercial

Los factores de éxito tomados en cuenta en esta sección fueron: Índice del tamaño del mercado, Aranceles, Alcance y efecto de los impuestos para materia prima (MP) y productos terminados (PT), y Peso de las regulaciones gubernamentales, por lo tanto la calificación ponderada de estos factores suma 6,10 en la escala ponderada sobre 4 y 10,68 en la del WEF, que en promedio por sección significa una calificación ponderada de 1,22 y su equivalente 2,14. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 179**  
**ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE LA APERTURA COMERCIAL**

<b>CODIGO</b>	<b>FACTORES DE ÉXITO</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>
10.02	Índice del tamaño del mercado extranjero	1,60	2,80
6.10	Aranceles*	0,40	0,70
6.04	Alcance y efecto de los impuestos MP	1,70	2,98
6.04	Alcance y efecto de los impuestos PT	1,40	2,45
1.09	Peso de las regulaciones gubernamentales	1,00	1,75
<b>TOTAL</b>		<b>6,10</b>	<b>10,68</b>
<b>CALIFICACIÓN PROMEDIO</b>		<b>1,22</b>	<b>2,14</b>

**Fuente:** Datos Cap. 5

**Elaborado por:** María Sol Padilla

## Sección 4 Gobierno

Para determinar la competitividad de esta sección se agrupó a tres factores de éxito que son: Requisitos para iniciar un negocio, Transparencia en las políticas del gobierno, Eficacia de los ministerios públicos, y justamente este último factor fue el que un mayor índice obtuvo, por lo tanto tal como se observa en el cuadro N° 180 la calificación de dichos factores suma 4,25 en la escala ponderada sobre 4 y 7,44 en la del WEF, que en promedio por sección significa una calificación ponderada de 1,42 y su equivalente 2,48. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 180**  
**ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE LA SECCIÓN GOBIERNO**

<b>CODIGO</b>	<b>FACTORES DE ÉXITO</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>
6.06	Requisitos para iniciar un negocio	0,85	1,49
1.12	Transparencia en las políticas del gobierno	1,00	1,75
1.19	Eficacia de los ministerios públicos	2,40	4,20
<b>TOTAL</b>		<b>4,25</b>	<b>7,44</b>
<b>CALIFICACIÓN PROMEDIO</b>		<b>1,42</b>	<b>2,48</b>

**Fuente:** Datos Cap. 5  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Sección De las Instituciones

De acuerdo al cuadro N° 181, se puede observar que para esta sección se incluyó: Confianza del público en el gobierno, Protección de la propiedad intelectual, y Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas como factores de éxito; por lo tanto la calificación de dichos factores suma 4,20 en la escala ponderada sobre 4 y 7,36 en la del WEF, que en promedio por sección significa una calificación ponderada de 1,40 y su equivalente 2,45. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 181**  
**ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE LA SECCIÓN**  
**INSTITUCIONES**

<b>CODIGO</b>	<b>FACTORES DE ÉXITO</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>
1.04	Confianza del público en el gobierno	2,10	3,68
1.02	Protección de la propiedad intelectual	1,70	2,98
1.14	Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas	0,40	0,70
<b>TOTAL</b>		<b>4,20</b>	<b>7,36</b>
<b>CALIFICACIÓN PROMEDIO</b>		<b>1,40</b>	<b>2,45</b>

**Fuente:** Datos Cap. 5

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Sección Infraestructura Física

En esta sección referente a la infraestructura del estado y su incidencia en el desarrollo de las actividades de las PYMEs del subsector C 20: al único factor de éxito que se toma en cuenta es calidad general de la infraestructura, su calificación suma 1,80 en la escala ponderada sobre 4 y 3,15 en la del WEF, que en promedio por sección significa una calificación similar de 1,80 y su equivalente 3,15. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 182**  
**ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE LA INFRAESTRUCTURA**  
**FÍSICA**

<b>CODIGO</b>	<b>FACTORES DE ÉXITO</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>
2.01	Calidad general de la infraestructura	1,80	3,15
<b>TOTAL</b>		<b>1,80</b>	<b>3,15</b>
<b>CALIFICACIÓN PROMEDIO</b>		<b>1,80</b>	<b>3,15</b>

**Fuente:** Datos Cap. 5

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### Sección: Del Mercado Financiero

Para calcular la competitividad de la sección de mercado financiero se incluyeron los siguientes factores de éxito: Facilidad de acceso al crédito, Financiamiento a través del mercado local de capital, y Disponibilidad de los servicios financieros, obteniendo esta sección una suma de sus factores de 6,06 en la escala ponderada sobre 4 y 10,61 en la del WEF, que en promedio por sección significa una calificación ponderada de 1,52 y su equivalente 2,65. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 183**  
**ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE LA SECCIÓN DEL**  
**MERCADO FINANCIERO**

<b>CODIGO</b>	<b>FACTORES DE ÉXITO</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>
8.04	Facilidad de acceso al crédito	1,52	2,66
8.03	Financiamiento a través del mercado local de capital	1,52	2,66
8.01	Disponibilidad de los servicios financieros	0,95	1,66
8.06	Restricción en los flujos de capital	1,50	2,63
<b>TOTAL</b>		<b>5,49</b>	<b>9,61</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>1,37</b>	<b>2,40</b>

**Fuente:** Datos Cap. 5  
**Elaborado por:** María Sol Padilla

**Sección: Eficiencia del mercado laboral**

Esta sección fue una de las que más factores de éxito abarcó, siendo éstos los siguientes: Tasa de matriculación en la educación superior, Paga y productividad, Flexibilidad en la determinación de los salarios, Cooperación en las relaciones empleador- trabajador, Disponibilidad local de formación y servicios de investigación, Prácticas de contratación y despido; los cuales resumidos alcanzan una suma de 11,02 en la escala ponderada sobre 4 y 19,29 en la del WEF, que en promedio por sección significa una calificación ponderada de 1,84 y su equivalente 3,22. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 184**  
**ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE LA SECCIÓN**  
**EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL**

<b>CODIGO</b>	<b>FACTORES DE ÉXITO</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>
5.02	Tasa de matriculación en la educación superior*	0,60	1,05
7.06	Paga y productividad	1,60	2,80
7.02	Flexibilidad en la determinación de los salarios	1,42	2,49
7.01	Cooperación en las relaciones empleador- trabajador	2,00	3,50
5.07	Disponibilidad local de formación y servicios de investigación	3,40	5,95
7.04	Prácticas de contratación y despido	2,00	3,50
<b>TOTAL</b>		<b>11,02</b>	<b>19,29</b>
<b>CALIFICACIÓN PROMEDIO</b>		<b>1,84</b>	<b>3,22</b>

**Fuente:** Datos Cap. 5

**Elaborado por:** María Sol Padilla



### Sección Desarrollo tecnológico

Con el fin de conocer la competitividad del acápite perteneciente a desarrollo tecnológico, se incluyeron los factores de éxito: Disponibilidad de las últimas tecnologías, Nivel de la empresa en absorción de tecnología, Capacidad de innovación, Colaboración Universidad-Industria en I&D y Derechos de propiedad, los cuales alcanzaron una suma de 6,45 en la escala ponderada sobre 4 y 11,30 en la del WEF, que en promedio por sección significa una calificación ponderada de 1,29 y su equivalente 2,26. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 185**  
**ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE LA SECCIÓN**  
**DESARROLLO TECNOLÓGICO**

<b>CODIGO</b>	<b>FACTORES DE ÉXITO</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>
9.01	Disponibilidad de las últimas tecnologías	1,60	2,80
9.02	Nivel de la empresa en absorción de tecnología	1,00	1,75
12.01	Capacidad de innovación	1,85	3,24
12.04	Colaboración Universidad-Industria en I&D	0,50	0,88
1.01	Derechos de propiedad	1,50	2,63
<b>TOTAL</b>		<b>6,45</b>	<b>11,30</b>
<b>CALIFICACIÓN PROMEDIO</b>		<b>1,29</b>	<b>2,26</b>

**Fuente:** Datos Cap. 5

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### **Sección Medio Ambiente**

Esta sección fue tomada en cuenta en la encuesta, pero debido a que el reporte de competitividad WEF, no incluye en su análisis al factor de medio ambiente si cabe resaltar que es una sección de mucha importancia para cualquier tipo de empresa y más aún para las PYMES del subsector estudiado por el mismo hecho que trabajan con productos químicos los cuales deben ser manejados de una manera correcta, justamente para evitar cualquier tipo de contaminación.

### **Sección Gestión Gerencial**

Finalmente en la última sección se incluyó a los factores de éxito, Disposición para delegar autoridad, y Amplitud de la cadena de valor, como se observa en el cuadro N° 186 la calificación de dichos factores suma 3,50 en la escala ponderada sobre 4 y 6,13 en la del WEF, que en promedio por sección significa una calificación ponderada de 1,75 y su equivalente 3,07. Esta valoración significa que se encuentra entre una situación de debilidad importante (1) y una debilidad menos importante (2).

**CUADRO N° 186**  
**ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD DE LA SECCIÓN GESTIÓN**  
**GERENCIAL**

<b>CODIGO</b>	<b>FACTORES DE ÉXITO</b>	<b>CALIFICACION PONDERADA /4</b>	<b>EQUIVALENTE ÍNDICE WEF</b>
11.09	Disposición para delegar autoridad	1,80	3,15
11.05	Amplitud de la cadena de valor	1,70	2,98
<b>TOTAL</b>		<b>3,50</b>	<b>6,13</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>1,75</b>	<b>3,07</b>

**Fuente:** Datos Cap. 5

**Elaborado por:** María Sol Padilla

Una vez que se ha recopilado los índices de competitividad de las respectivas secciones, que fueron parte del cuestionario aplicado a los empresarios de las PYMEs del D.M.Q del subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos (Ver sección 5.1 Cap. 5), éstos fueron agrupados y se determinó que la aproximación a la competitividad del subsector estudiado, se fortalece principalmente por las secciones de: MERCADEO, el cual tiene una calificación ponderada de 1.95/4, en segundo lugar se ubica, el de EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL con una calificación de 1.84/4, seguido de INFRAESTRUCTURA FÍSICA que obtuvo una calificación de 1.80/4, adicionalmente la sección de GESTIÓN GERENCIAL también tuvo su valor representativo alcanzando una calificación ponderada de 1,75/4. Tal como se observa en el cuadro N° 187 éste indica que el índice aproximado a la competitividad del subsector CIIU C 20: Fabricación de

sustancias y productos químicos es de 1,37/4, considerado en la tabla de referencia, como calificación deficiente.

**CUADRO N° 187**  
**APROXIMACION A LA COMPETITIVIDAD DEL SUBSECTOR**  
**CIU C 20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS**  
**QUÍMICOS**

SECCIONES	DESCRIPCION	CALIFICACION PONDERADA /4
1	MERCADO	1,49
2	MERCADEO	1,95
3	ALCANCE DE LA APERTURA COMERCIAL	1,22
4	GOBIERNO	1,42
5	INSTITUCIONES	1,40
6	INFRAESTRUCTURA FISICA	1,80
7	MERCADO FINANCIERO	1,37
8	EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL	1,84
9	DESARROLLO TECNOLÓGICO	1,29
10	GESTION GERENCIAL	1,75
<b>TOTAL</b>		<b>13,58</b>
<b>PROMEDIO</b>		<b>1,36</b>

**Fuente:** Datos Cap. 5

**Elaborado por:** María Sol Padilla

### **6.1.3 De las brechas competitivas**

#### **1er Pilar Instituciones**

En el 1er Pilar: Instituciones, el Ecuador tiene un índice de 3,00 superior al del subsector que alcanza un valor de 2,53, reflejando una diferencia negativa de 0,47 puntos debido a que los directivos o dueños del subsector estudiado no tienen puesta su entera confianza en las instituciones del gobierno ya que según expresaron “la importancia de las instituciones no se limita al marco jurídico”, sino a que el Gobierno sepa manejarlas promoviendo la eficiencia de sus operaciones. Entre los problemas que muchas veces se presentan en las instituciones están: el exceso de burocracia y los trámites burocráticos, el exceso, la corrupción, la deshonestidad en el tratamiento de los contratos públicos, la falta de transparencia y confiabilidad, o la dependencia política de imponer el sistema judicial, además de importantes costos económicos para las empresas y retrasar el proceso de desarrollo económico.

#### **2do Pilar Infraestructura**

El 2do Pilar: Infraestructura, según el reporte del WEF indica que el indicador nacional se ubica en un índice de 3,20, mientras que el del subsector estudiado alcanza 3,15, con una mínima diferencia de -0,05. La calidad de infraestructura con la que cuenta una nación es fundamental con el fin de acortar la distancia entre los mercados de

otros países y regiones; además inciden significativamente en el desarrollo económico y social de un país ya que aporta con la reducción de la pobreza con medios de transporte eficientes de mercancías, personas, servicios y calidad, como carreteras, vías férreas, puertos y aeropuertos, distribución de energía eléctrica - gas y servicios sanitarios, todos estos servicios aportan a que los empresarios hagan llegar sus productos al mercado de una manera segura y oportuna. De acuerdo a lo antes mencionado la calidad de la infraestructura según las PYMEs investigadas es “Buena”, y el nivel de incidencia que presenta en el desarrollo de sus actividades es bajo por que va de 0-25 por ciento, esto debido a que en los últimos tiempos se han realizado constantes obras de infraestructura a nivel nacional, como nuevas carreteras, puentes, telecomunicaciones etc. y debido al tamaño que poseen y al volumen de producción que manejan las PYMEs en cuestión no demandan en mayor porcentaje del uso de la infraestructura de puertos o aeropuertos ya que son empresas que no realizan exportaciones y las que lo hacen son en volúmenes pequeños.

### **5to Pilar Formación y educación superior**

A nivel de país tiene una puntuación de 3,60, mientras que el subsector C20 obtuvo un índice de 3,50, lo cual significa una leve diferencia negativa de 0,10 puntos, se refleja posiblemente en el nivel de educación que tiene la fuerza laboral del subsector indagado, y como se pudo

evidenciar en los resultados obtenidos (Ver Cap. 4 sección 4.8), la formación de la gente de mano de obra en su mayoría tiene culminada la educación secundaria, por la falta de recursos, y debido a que se enrolan en el ámbito laboral, a temprana edad, por lo general dejan de lado los estudios, pero si existen casos especiales que aun continúan estudiando en horarios fuera de trabajo con el fin de superarse y alcanzar un mejor posicionamiento laboral; sin embargo cabe mencionar que las principales destrezas y cualidades de la gente que labora en las PYMEs de este subsector, son el trabajo honrado, el cumplimiento, el manejo adecuado de los insumos, la flexibilidad para el trabajo y que además los empleadores procuran brindar constantes capacitaciones a sus empleados y una buena comunicación.

### **6to Pilar Eficiencia de los bienes del mercado**

El 6to Pilar: Eficiencia de los bienes del mercado, el WEF en su resultado demuestra que el Ecuador alcanzó una calificación de 3,40, mientras que el subsector C 20: Fabricación de sustancias y productos químicos llega a un índice de 2,34, representando una diferencia negativa de 1,06 puntos una de las más amplias debido a que la competencia se ve obstaculizada por la existencia de mercados no tan saludables, en los que existe: la competencia desleal, gravosos impuestos y normas restrictivas discriminatorias a la propiedad extranjera o a la inversión extranjera directa, sin embargo la eficiencia

del mercado depende también de las condiciones de la demanda, tales como la orientación al cliente y la sofisticación del comprador. *“Por razones culturales, los clientes en algunos países pueden ser más exigentes que en otros. Esto puede crear una ventaja competitiva importante, ya que obliga a las empresas a ser más innovadoras y bien dirigidas y, por tanto, impone la disciplina necesaria para la eficiencia que han de lograrse en el mercado.”*<sup>28</sup>

### **7mo Pilar Eficiencia del mercado laboral**

El 7mo Pilar: Eficiencia del mercado laboral, es el que mayor cantidad de factores de éxito obtuvo de acuerdo al análisis realizado en la sección 5.1 de este capítulo, el índice establecido por el reporte WEF de competitividad, establece una calificación de 3,20 para el indicador nacional, mientras que el subsector C20 alcanza un índice de 3,07; refleja una diferencia negativa de 0,13 puntos la cual no es muy significativa y ubica al subsector estudiado en una posición aceptable ya que de acuerdo al análisis realizado en la sección 5.2 del Cap. 5 se determinó que la mano de obra con los que cuenta este subsector es realmente comprometida con su trabajo, y a pesar que alcanzan la formación secundaria, más pesa la experiencia y destreza que han ido adquiriendo en su trabajo; muchas de las dificultades que aún tenemos en Ecuador es el acceso a la educación, la falta de recursos, y la

---

<sup>28</sup> <http://logonomia.wetpaint.com/page/12+Pilares+de+la+competitividad>



inapropiada infraestructura que padecen muchos centros educativos de nuestro país.

### **8avo Pilar Desarrollo del mercado financiero**

El Ecuador en este pilar obtiene un índice de 3,40, y el subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos logra un índice de 2,40; su diferencia es negativa en 0.10 puntos, lo cual expresa una brecha realmente amplia, ya que según las opiniones de los empresarios que fueron relatadas en las visitas a las empresas 23 de ellas afirmaron que acceden a créditos con la banca privada, y el resto no solicita debido a los múltiples requisitos solicitados, y más que todo a las tasas de interés fijadas por los bancos que representan un egreso significativo para las PYMEs además de la inseguridad en el mercado financiero. Afirmaron sustentarse con recursos propios de la empresa y si llegan a solicitar un préstamo bancario, el destino de dicho crédito es principalmente para cubrir capital de trabajo y compra de maquinaria. El sistema bancario del Ecuador debe ser digno de confianza y transparencia.

### **9no Pilar Preparación tecnológica**

En un mundo tan competitivo y globalizado como el actual, la tecnología se ha convertido en un factor indispensable para las empresas, para competir y prosperar, es así que el 9no Pilar: Preparación

tecnológica, consta con el valor asignado por el WEF para el Ecuador de 3,00 superior al de subsector C20 que logra un valor de 2,28; lo cual significa una brecha negativa entre estos índices de 0,72 puntos; ya que en este aspecto las PYMEs del subsector C20: Fabricación de sustancias y productos químicos debido a su estructura no poseen una adecuada tecnología para su proceso de producción, ya que son empresas que realizan sus actividades de una forma artesanal, y además que no poseen los suficientes recursos para adquirir sistemas automatizados que hagan del proceso productivo, mucho más rápido y eficiente. Otro factor que incide en esta amplia brecha es la competencia de las marcas internacionales quienes debido a su capital, cuentan con tecnología de punta, procesos mucho más eficientes, grandes campañas publicitarias y la capacidad de estar a la vanguardia en procesos tecnológicos.

### **10mo Pilar Tamaño del mercado**

En el 10mo Pilar: Tamaño del mercado, el índice del reporte WEF indica un valor de 3,80 a nivel de país, y el subsector referido tiene un índice de 2,61; lo cual constituye una diferencia de 1,19 puntos; de igual manera forma una de las brechas más amplias ya que el tamaño del mercado afecta a la productividad ya que los grandes mercados permiten a las empresas grandes aprovechar las economías a escala lo cual no sucede con las PYMEs debido a su limitada capacidad de producción, otro factor que incide es la competencia internacional ya que muchas

veces se convierten en sustituto del producto nacional. Además que a nivel nacional podrían abarcar a más mercados, como por ejemplo fortalecer su presencia en las regiones del Oriente y Galápagos.

También tienen dificultades para enfocarse a mercados extranjeros debido a: la falta de conocimiento de los trámites respectivos, permisos, registros etc., a su falta de capacidad de producción ya que únicamente cubren al mercado nacional, y también debido a la falta de apoyo gubernamental, al pago de aranceles e impuestos que rigen toda actividad comercial fuera de las fronteras del país.

### **11avo Pilar: Sofisticación de la empresa**

En este pilar el indicador nacional tiene un índice de 3,30, de acuerdo a la calificación del reporte internacional y con una leve diferencia negativa el subsector C 20 alcanza un valor de 3,21, por tanto representa una leve brecha negativa en 0,09 puntos; debido a que las PYMEs del subsector estudiado tienen definida una misión y visión, además que la mayoría cuentan con un plan de mercadeo establecido, objetivos definidos y estrategias para cumplirlos, políticas y operaciones claras en cuanto a la forma de llegar a sus clientes, en cuanto a la interacción y a la calidad de sus proveedores tanto nacionales como extranjeros. Adicionalmente los empresarios tienen claro cuán fuerte e importante es su proceso productivo como parte de su cadena de valor sin dejar de

lado los servicios postventa que ofrecen a sus clientes y las operaciones dirigidas a la producción de procesos y productos sofisticados y únicos (innovación).

### **12avo Pilar Innovación**

En este último pilar el Ecuador obtiene un índice de 2,40, mientras que el subsector investigado llega a 2,07, continuando con una brecha negativa de 0,33 puntos; debido a los pocos esfuerzos que las empresas dirigen a este factor de suma importancia, según afirman “no alcanzan los recursos” para destinar a Investigación y desarrollo (I&D), y si en todo caso realizan innovaciones tienen conocimiento que la forma de patentarlos es por medio del IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual), pero que muchas veces no sirve de nada por que otras empresas hacen uso de las mismas fórmulas y únicamente varía en el nombre comercial. Ya no es suficiente con aumentar la productividad; Las empresas deben diseñar y desarrollar productos de vanguardia y procesos para mantener la competitividad.

La relación de los índices del Cuadro No. 188 se muestran en el Gráfico N° 135, a manera de brechas competitivas de los diez pilares analizados en esta investigación. Vale la pena resaltar que a pesar de que el Ecuador se ubica en el Ranking 105 de 139, los pilares donde más se acercan los valores de los índices son: Infraestructura, Formación y educación superior, Eficiencia del Mercado Laboral y Sofisticación de la empresa.

**CUADRO N° 188**  
**INDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL**  
**ECUADOR – CIU C 20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y**  
**PRODUCTOS QUÍMICOS**

INDICE DE COMPETITIVIDAD GLOBAL	SCORE (1-7)	
	ECUADOR	C 20
<b>REQUERIMIENTOS BASICOS</b>	<b>4,10</b>	<b>2,84</b>
1er Pilar: Instituciones	3,00	2,53
2do Pilar: Infraestructura	3,20	3,15
3er Pilar: Entorno macroeconómico	4,80	*
4to Pilar : Salud y educación primaria	5,60	*
<b>PROMOTORES DE EFICIENCIA</b>	<b>3,40</b>	<b>2,74</b>
5to Pilar : Formación y educación superior	3,60	3,50
6to Pilar: Eficiencia de los bienes del mercado	3,40	2,34
7mo Pilar : Eficiencia del mercado laboral	3,20	3,07
8vo Pilar: Desarrollo del mercado financiero	3,40	2,40
9no Pilar: Preparación tecnológica	3,00	2,28
10mo Pilar: Tamaño del mercado	3,80	2,61
<b>FACTORES DE INNOVACIÓN Y SOFISTICACIÓN</b>	<b>2,90</b>	<b>2,64</b>
11vo Pilar: Sofisticación de la empresa	3,30	3,21
12vo Pilar: Innovación	2,40	2,07

Nota: \* No medidas en la investigación.

**Fuente:** Datos Cap. 4

**Elaborado por:** María Sol Padilla

**GRAFICO No. 135**  
**BRECHAS COMPETITIVAS ECUADOR – SUBSECTOR C 20**



**Fuente:** Cuadro N° 193

**Elaborado por:** María Sol Padilla

## 6.2 RECOMENDACIONES

A nivel macro se plantean las siguientes recomendaciones

- Las últimas reformas gubernamentales en cuanto a la política tributaria son un conjunto de medidas que buscan acabar con la evasión, elusión y fraude fiscal y por ende a la mejora de la equidad social, reducir evasiones, incentivar la producción y el empleo, disminuir déficit de balanza de pagos; y, atenuar externalidades negativas que afectan a la salud pública.
- La política tributaria debe ser estable y equitativa, es decir que las personas que más ganan que son las personas jurídicas las cuales deberían pagar más, al contrario las personas de bajos ingresos pagar menos. La Comisión Anticorrupción debería poner énfasis con el SRI para que todas las empresas sin importar su tamaño o actividad económica cumplan con el pago justo y oportuno de sus impuestos.
- El Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI) debe adoptar una posición de política de comercio exterior con orientación exportadora, que inserte al país en un contexto mundial cada vez más globalizado impulsando la participación

del Ecuador en procesos de integración regional, desarrollando alianzas comerciales con sus principales socios a través de la celebración de acuerdos comerciales que promuevan mayor apertura de manera coordinada con su política económica.

- También es importante mencionar los últimos programas que viene impulsando el Ministerio de Industrias y Competitividad llamados Produce PYME y ExportaPyme los cuales buscan brindar a las micro y pequeñas empresas las herramientas necesarias para volverlas más rentables, productivas y competitivas en mercados nacionales , mediante la mejora de su productividad y competitividad. **Enlace: [www.mipro.gov.ec](http://www.mipro.gov.ec)**
- En lo referente a la lucha contra la corrupción sin duda es un tema muy importante que debe abordar el Estado y los organismos competentes los cuales deben buscar aplacar este mal llevando a cabo actividades enfocadas a elevar la conciencia de las personas sobre la importancia de los esfuerzos anticorrupción en todo ámbito sea público, privado, etc.



### **6.2.1 Para mejorar la competitividad del subsector CIIU C20: Fabricación de sustancias y productos químicos**

Los retos que están afrontando tanto las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), que son objeto de esta investigación, requieren reforzar la sensibilidad hacia las problemáticas de dicho colectivo e intensificar el apoyo a la empresa mediante la definición de un nuevo marco de competitividad que proporcione un entorno favorable al dinamismo empresarial en una década de importantes cambios estructurales de la economía.

- Es importante mencionar que las empresas deben tener las herramientas necesarias para adaptarse al ritmo de los cambios actuales, y también para saber identificar los factores que afectan y aquellos que favorecen a las mismas a ser cada día más competitivos.
- Interesarse por crear alianzas estratégicas con sus similares ya que éstas constituyen una poderosa herramienta para sus negocios y una excelente oportunidad de colaboración para competir, dichas herramientas buscan el beneficio mutuo, sin embargo es necesario analizar minuciosamente si vale la pena o no ejecutarla, lo que se

puede hacer es enviar una oferta a un pequeño segmento al cual se enfoque, y luego medir que cantidad acogió positivamente a esta propuesta, y dependiendo de los resultados obtenidos se sabrá con certeza si es factible o no realizar dicha estrategia.

- En el caso de aquellas empresas asentadas en el sector de Carcelén industrial que representan un número considerable, y debido a la cercanía que tienen, tratar de implantar métodos de seguridad ante la constante ola de delincuencia que se vive actualmente con el fin que todas las PYMEs aledañas colaboren en caso de robo o intento de algún acto delincuencial.
- Mantener la cualidad en sus productos de “amigables con el ambiente”, por el mismo hecho que son productos químicos, es necesario que éstos sean biodegradables y causen el menor impacto ambiental posible, y se mantengan comprometidos con lo que hoy en día es un pilar fundamental en toda empresa sin importar su tamaño, como lo es la responsabilidad social con el medio ambiente.
- Ecuador posee un gran mercado potencial para este subsector dedicado a la Fabricación de sustancias y productos químicos, pero

de acuerdo a la investigación realizada, aún hay un bajo nivel de consumo de los productos que realizan las PYMEs, podrían abarcar a mayores segmentos como por ejemplo a la industria petroquímica que hoy por hoy está tomando fuerza en los distintos sectores de la industria ecuatoriana.

- Se podría acudir al MIPRO (Ministerio de productividad) en caso de requerir renovación de equipos, éste colabora a sectores como metalmecánica, textiles, productos químicos y demás.
- Participar en programas que busquen promocionar y fortalecer a la industria química de nuestro país con el fin de incrementar la demanda y la venta. (Programa “Prefiere lo nuestro”)
- Apoyar al trabajador en su superación laboral y en su preparación académica, ya que una buena educación garantiza gente mucho más preparada y eficiente para afrontar al mundo globalizado que exige hoy en día mantener la competitividad en todo aspecto.

### **1er Pilar Instituciones**

- Si las PYMEs cuentan con un buen nivel en su capacidad de producción, con certificados de calidad y los permisos respectivos,

es factible exigir al Gobierno o a las entidades competentes que se favorezca la compra de productos nacionales, y que estimule la industria nacional, ante los productos extranjeros, creando espacios en la contratación pública.

- Apoyo del sector público para que haya equidad y competitividad. En el vecino país de Colombia se han fortalecido las alianzas con el sector público, ahora crece y protege a los consumidores con calidad y seguridad<sup>29</sup>
- Exigir al gobierno que se controle la corrupción, y los procesos lentos en las instituciones, ya que justamente fueron creadas para brindar apoyo a las empresas y no para generar una idea de desconfianza, y desprotección a los empresarios. En caso de requerir el apoyo de las instituciones las que fueron creadas para solventar las necesidades de los empresarios sobre todo del pequeño y mediano empresario de este subsector son las siguientes:
- **Ministerio de Productividad.-** Su misión es impulsar el desarrollo del sector productivo industrial y artesanal, a través de la formulación y ejecución de políticas públicas, planes, programas y proyectos especializados, que incentiven la inversión e innovación

---

<sup>29</sup> Diario “El Comercio” Edición dominical, Domingo 30 de octubre, 2011.

tecnológica para promover la producción de bienes y servicios con alto valor agregado y de calidad, en armonía con el medio ambiente, que genere empleo digno y permita su inserción en el mercado interno y externo.<sup>30</sup> Su página web es [www.mipro.gob.ec](http://www.mipro.gob.ec)

- **Subsecretaría de MIPYMES:**

Forma parte del Ministerio de industria y competitividad y su función es apoyar y promover la competitividad de las diferentes cadenas y sectores productivos del país; a través de la asistencia técnica especializada y el acompañamiento en todos los procesos productivos de las MICRO, PEQUEÑAS Y MEDIANAS unidades empresariales, asociativas y artesanales.

- **Ministerio de Agricultura, Ganadería y Pesca.-**

Este Ministerio esta encargado de coordinar, diseñar y evaluar las políticas del sector agropecuario con el resto de sectores económicos y sociales. Además, entre sus funciones está proporcionar condiciones de estabilidad y claridad en las reglas de juego que incentivan las inversiones privadas en el sector agropecuario.

Regir las políticas agropecuarias del país a través de la Dirección, Gestión, Normatividad y Capacitación de los Sectores Agropecuario,

---

<sup>30</sup> [http www.mipro.gob.ec](http://www.mipro.gob.ec)

Agroindustrial y Agroforestal ecuatorianos. Su respectiva dirección de contacto es: [www.magap.gob.ec](http://www.magap.gob.ec)

- **Ministerio de Medio Ambiente.-**

Es el organismo del Estado ecuatoriano encargado de diseñar las políticas ambientales y coordinar las estrategias, los proyectos y programas para el cuidado de los ecosistemas y el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. Propone y define las normas para conseguir la calidad ambiental adecuada, con un desarrollo basado en la conservación y el uso apropiado de la biodiversidad y de los recursos con los que cuenta nuestro país. La dirección de contacto es: [www.ambiente.gob.ec](http://www.ambiente.gob.ec)

- **Ministerio de Relaciones laborales.-**

Es el organismo del Estado que se encarga de ejercer la rectoría en el diseño y ejecución de políticas de desarrollo organizacional y relaciones laborales para generar servicios de calidad, contribuyendo a incrementar los niveles de competitividad, productividad, empleo y satisfacción laboral del País. Su página web es: [www.mrl.gob.ec](http://www.mrl.gob.ec)

## **2do Pilar Infraestructura**

La infraestructura general del país ha mejorado en los últimos tiempos, por las constantes obras que ha realizado el gobierno, es así que tanto los medio de transporte como las telecomunicaciones se han dinamizado, aportando al desarrollo del país y más aún de empresas de estructura pequeña como son las PYMEs, lo ideal es que los organismos competentes, trabajen por dotar de una adecuada infraestructura a las PYMEs, para que puedan incrementar su producción, llegar a más clientes, y sobre todo logren exportar.

## **5to Pilar Formación y educación superior**

Todas las empresas no solo las PYMEs de este subsector deben darle la respectiva importancia a la formación académica de sus trabajadores, y apoyar a quienes desean superarse, por ejemplo:

- Si el trabajador desea continuar estudiando, proporcionarle la flexibilidad en el horario de trabajo, siempre y cuando exista el compromiso de cumplir sin interferencias su desenvolvimiento laboral.
- Alguien que desea optar por una preparación mucho mas breve, que le permita insertarse de manera inmediata en el ámbito laboral o

a su vez que desea reforzar sus conocimientos puede acudir al SECAP que es el Servicio de capacitación profesional cuyo objetivo es desarrollar competencias, conocimientos, habilidades y destrezas en las y los trabajadores ecuatorianos a través de procesos de capacitación y formación profesional que respondan a la demanda de los sectores productivo y social, propendiendo al uso del enfoque de competencias laborales en los procesos formativo<sup>31</sup>.

- La gerencia general podría realizar ascensos en los diferentes puestos de trabajo, mediante un concurso de merecimientos, de esta manera se estaría motivando a que los colaboradores se preparen y adquieran nuevos conocimientos.
- Que se triplique el porcentaje de dinero para la educación que se obtiene de los tributos e impuestos que pagan los ciudadanos, a fin de tener mayor fondo para la educación nacional.
- Premiar a los trabajadores que han cumplido con las metas propuestas por la empresa, ya sea en incentivos económicos o por medio de mejoras en las condiciones de su trabajo, de esta

---

<sup>31</sup> Página web: SECAP: [www.secap.gob.ec](http://www.secap.gob.ec)



manera se da un ejemplo al resto de trabajadores que cada uno tiene la capacidad de lograrlo.

### **6to Pilar Eficiencia de los bienes del mercado**

- Analizar las condiciones de la demanda y si es posible realizar estudios de mercado para saber cuáles son las tendencias de los clientes, con eso se tiene información valiosa para saber qué y cuánto producir, ya que la eficiencia del mercado depende también de las condiciones de la demanda, tales como grado de orientación a cliente y sofisticación del comprador (factor de éxito).
- Acudir moderadamente al consumo de las importaciones ya que si bien la mayoría de insumos que requieren para su proceso productivo, éstos no se encuentran en el país, los empresarios podrían acudir a las respectivas autoridades como por ejemplo al MIPRO y solicitar que se realice una sustitución gradual de las importaciones, la propuesta sería con una lista básica de los insumos que se pueden elaborar en el país de esta manera bajarían los costos de producción e incluso el precio para el consumidor final sería mas asequible.

- El plan de mercadeo es indispensable mantenerlo y aquellas que no poseen es de suma importancia implantarlo, muchas veces el manejo de esta herramienta está a cargo del dueño o propietario de la empresa y la recomendación sería que sea manejado por el/la gerente de ventas si hubiere esta cargo ya que ésta persona es la que conoce a que segmentos de mercado se enfoca principalmente la empresa, cuáles son las condiciones en las que se desenvuelve el mercado, y la competencia directa.

#### **7mo Pilar Eficiencia del mercado laboral**

- Incentivar a los empleados a realizar actividades diferentes a las del trabajo habitual, como por ejemplo organizando campeonatos deportivos, convenciones anuales, agasajos en fechas especiales etc, de esta manera se motiva al trabajador y se fortalece el compromiso con su trabajo.
- Constantes capacitaciones en cada área de trabajo, para ello solicitar el apoyo de las instituciones vinculadas que trabajan por las PYMEs como por ejemplo:

- CAPEIPI: Cámara de la pequeña industria de Pichincha, es el más importante gremio de la Provincia que aglutina a los pequeños y medianos empresarios relacionados con la manufactura; se constituyó como la Cámara de PYMES más grande del país por el número de sus afiliados; y entre otros servicios ofrece capacitaciones a sus afiliados a través de capacitación sustentable, con instructores calificados, temas de actualidad y calidad en el servicio.<sup>32</sup>
- Fomentar la buena comunicación en la empresa, ya que los inconvenientes muchas veces se dan por la falta de diálogo y malos entendidos por lo tanto crear un ambiente de apertura a nuevas ideas, y trabajo en equipo.
- Ofrecer seguro médico a los empleados ya que nadie está exento de sufrir algún accidente laboral, y en este caso el seguro cubriría los gastos, pero a más de eso se debe instruir a los empleados que deben laborar bajo las normas de seguridad correspondientes, y más aún que la mayoría labora con insumos químicos que pueden ser peligrosos si no se manipulan con cuidado.

---

<sup>32</sup> Pagina web: [www.capeipi.com.ec](http://www.capeipi.com.ec)

**8avo Pilar Desarrollo del mercado financiero**

- Las instituciones de servicios financieros (banca privada) deben brindar seguridad en sus operaciones con el fin que el público sienta confianza para depositar sus recursos.
- En caso de optar por un crédito se recomienda a los empresarios asesorarse bien antes de solicitarlo, en que condiciones se va a realizar como, monto, plazo, tasa de interés, garantías etc, a fin de que dicho préstamo sea una herramienta que le permita solventar las operaciones empresariales.
- No endeudarse si no se tiene la certeza de que se va a contar con recursos futuros para cubrir las obligaciones adquiridas.
- De ninguna manera acudir a los prestamistas informales (chulqueros).
- No solo las entidades bancarias privadas si no las instituciones vinculadas a las PYMEs deberían impulsar programas de financiamiento a proyectos de innovación que impulsen el crecimiento, de las empresas y proporcionarles el apoyo necesario.

### **9no Pilar Preparación tecnológica**

- Para adquirir nueva tecnología pero no se sabe a ciencia cierta que tipo es la más conveniente para la empresa, lo primero es asesorarse con una persona que conozca de este tema y además esté involucrado con el giro del negocio, puede ser un amigo, o miembro de la familia o un asociado con conocimiento sólido sobre el tema, el cual le permitirá optimizar sus recursos en la toma de decisiones para invertir en tecnología, sin hacer un gasto innecesario.
- Comprar por el valor, no es conveniente guiarse únicamente por el precio, lo mejor es analizar la calidad y utilidad de las nuevas tecnologías y si ésta será de aporte a la producción de la empresa. No necesariamente tiene que ser la más cara del mercado, ni la más barata pero si debe ser un tipo de tecnología que soporte el desarrollo del negocio.
- En caso de no poseer los suficientes recursos para adquirir nueva tecnología, una opción es el arrendamiento, de esta manera se puede preparar un rubro fijo mensual destinado a esta partida, lo que contribuye a organizar el presupuesto de la empresa.
- Si se adquiere nueva tecnología lo ideal es probar el equipo antes de ser instalado, de esta manera se puede conocer de antemano que el

mismo satisface las expectativas del negocio y que se adapta a la infraestructura de las PYMEs, con esto se ahorra costos en posteriores problemas de soporte técnico.

### **10mo Pilar Tamaño del mercado**

- Enfocarse a mercados rentables y que aún no están explotados, ya que aún existen mercados insatisfechos, y es ahí donde las PYMEs pueden llegar, por ejemplo en la región del Oriente y Galápagos.
- Tener metas objetivas del mercado al cual se enfocan, y publicitar sus productos con ese valor agregado que ofrece su empresa y la hace diferentes de sus competidores de esta manera se atraerá más clientes porque se le está ofreciendo un beneficio que no siempre los competidores ofrecen, y si no se tiene un valor agregado al producto es cuestión de incluirlo.
- Con las respectivas instituciones vinculadas, realizar campañas para que se prefiera el producto nacional, y concientizar a las personas para que prefieren comprar los insumos elaborados en el país, y de una u otra manera ir aplacando la idea errada que lo nacional es de mala calidad.
- Reforzar la información y el seguimiento de los contactos, que permita llegar a ellos periódicamente con recordatorios y ofertas. Muchos negocios realizan más del 50% de sus ventas con sólo dar

seguimiento a sus clientes que en alguna ocasión solicitaron información pero no realizaron ninguna compra en ese momento.

- Evaluar la gestión que ha tenido la empresa, para incrementar mercado, la manera como se ha enfocado a sus clientes, el trabajo del personal de ventas, el número de reclamos etc, de esta manera se toman medidas correctivas y se refuerza la gestión de ventas.

### **12avo Pilar Innovación**

- Buscar alianzas con las agremiaciones y el IEPI, tendientes a lograr la patente de productos y procesos, con asistencia personalizada y costos preferenciales.
- Gestionar en forma individual o a través de los gremios, la relación efectiva con las diversas instituciones públicas y privadas que brindan apoyo a la innovación industrial, a saber, ministerios, municipio, politécnicas y universidades.
- No temer a innovar ya que si no se destina esfuerzos a este rubro, las empresas que si lo hagan llevarán ventaja.

- Dedicar tiempo para saber en que innovar en la empresa y fomentar entre todos los colaboradores, una cultura de liderazgo abierto al cambio.

**MUNICIPIO:** Es un órgano de gobierno que actúa como facilitador de los esfuerzos de la comunidad en la planificación, ejecución, generación, distribución y uso de los servicios que hacen posible la realización de sus aspiraciones sociales. Su página web para cualquier contacto: [www.quito.gov.ec](http://www.quito.gov.ec)

**CONQUITO:** Promueve el desarrollo socioeconómico del Distrito Metropolitano de Quito y su área de influencia, mediante la concertación de los actores públicos privados locales, para incrementar el nivel y calidad del empleo, promover la producción local, la innovación tecnológica, la capacitación y formación de la población económicamente activa y el financiamiento productivo. Contactos: [www.quito.gov.ec](http://www.quito.gov.ec)

**EPN:** Escuela politécnica nacional se ha caracterizado desde su fundación, por tener una cultura de investigación y ha estado presente en el ámbito científico del país, aportando al desarrollo nacional en los diferentes campos de su quehacer. Entre sus múltiples proyectos están en el área AMBIENTAL: Reutilización de aguas de lavado y lodos acuosos en la producción de pinturas látex, reducción de riesgos



ambientales y de salud pública en el manejo sostenible de desechos hospitalarios y sobre reducción del impacto ambiental de residuos industriales minero-metalúrgicos. Se han realizado también estudios sobre modelación, simulación y control del tráfico vehicular. Pág web: **[www.epn.edu.ec](http://www.epn.edu.ec)**

**PUCE:** Los proyectos que ofrece la Pontificia Universidad Católica del Ecuador son de gran aporte a la sociedad ya que los proyectos de investigación aportan al país con cambios e innovaciones que los empresarios pueden adoptar mejorando las condiciones de su negocio, y aportando al crecimiento social y económico del país. Contacto: **[www.puce.edu.ec](http://www.puce.edu.ec)**

**PROGRAMAS PRODUCEPYMES Y EXPORTAPYMES.-** Son programas desarrollados por el Ministerio de Industrias y Productividad cuyo objetivo es fomentar la productividad de las micro y pequeñas empresas, brindándoles los mecanismos de asistencia para acceder a mercados nacionales e internacionales y mejorar la calidad de la producción, estos proyectos impulsarán la internacionalización de la industria ecuatoriana a través del mejoramiento en la calidad de los procesos. **[www.mipro.gob.ec](http://www.mipro.gob.ec)**

## BIBLIOGRAFÍA

1. B. KOSACOFF, “*El desafío de la Competitividad*”, Buenos Aires, CEPAL/Alianza.
2. BARRERA MARCO, Capeipi, 2003
3. BCE, DIRECCION GENERAL DE ESTUDIOS – No. 1 Junio 2002, Consejo Nacional de competitividad, “*Boletín de competitividad*”.
4. BUCHELI FIGUEROA M. “*Importancia y desarrollo del mercado secundario*”  
Tesis, (<http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/892>)
5. BUENO CAMPOS EDUARDO (1996). “*Dirección Estratégica de la Empresa*”. Ediciones Pirámide. S.A. Madrid. España.
6. CASTILLO ARTAVIA, GEOVANNY Y CHÁVEZ GÓMEZ, LUIS FERNANDO (2001). PYMES: “*Una oportunidad de desarrollo para Costa Rica*”. FUNDES. Costa Rica, 2001.
7. CASTRO MONGE LIGIA MARIA Y EVANGELINA GAVARRETE MAGLIONE (1999), “*Análisis de competitividad*”: Argentina, Brasil, Chile”. INCAE.
8. COMPETITIVIDAD GLOBAL, Reporte WEF 2010-2011.
9. DÁVALOS M. Y ESPINEL X. (1987). “*Documento marco sobre las micro, pequeñas y medianas empresas*” Fundación Ecuador. Quito, Ecuador, 1998.

10. DELGOBBO, A. Y KANTIS, H., (1991) ***“Competitividad e internacionalización de las PYMES metalmecánicas”***. Estudios de caso en la provincia de Santa Fe, Programa CFI-CEPAL. Documento de Trabajo N° 27 (LC/BUE/R.164).
  
11. DELOITTE & TOUCHE, Ecuador Competitivo 2009
  
12. EDUARDO DORYAN, FRANCISCO DE PAULA GUTIÉRREZ Y GRETTEL LÓPEZ - INCAE, Abril 1999 ***“Análisis del Reporte Global de la Competitividad para Centroamérica”***.
  
13. FEA UGO (1995). ***“Competitividad es calidad total”***. Editorial Alfaomega, 1995. México.
  
14. FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, ***“Innovación, tecnología y alianzas estratégicas. Factores claves de la competencia”***, Madrid, Civitas, 1996.
  
15. GATTO, F. Y YOGUEL, G., (1993) ***“Las PYMES frente a la apertura externa y el MERCOSUR: Un desafío de capacidad empresarial y de apropiada respuesta pública”***, Andina, Buenos Aires.
  
16. HINKELAMMER, FRANZ (1999). ***“El huracán de la globalización”***. Editorial DEI. San José. Costa Rica.
  
17. IMAI, M.KAIZEN, ***“La clave de la ventaja competitiva japonesa”***, Ediciones, México, Cecs, 1989.
  
18. (INEC) Instituto Nacional de Estadística y Censos
  
19. LANUSSE, J. A. (1993) ***“Diagnóstico de la Pequeña y Mediana Industria en el Ecuador, Quito, Ecuador”***. INSOTEC.

20. LEAL GASTÓN Y OTROS (1990) *"Diagnostico de la micro y pequeña empresa en Costa Rica"* IDESPO, Universidad Nacional. Heredia. Costa Rica, 1989.
  
21. MERCADO RAMÍREZ (1998). Ernesto. *"Productividad base de la competitividad"*. Limusa. México.
  
22. MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y COMPETITIVIDAD, Julio 2004  
*Competitividad Industrial del Ecuador.*
  
23. MINTZBERG, H., *"El proceso estratégico, conceptos, contextos y caos"*. Prentice Hall, 1988.
  
24. MOORI-KOENIG, V. Y YOGUEL, G. (1992), *Balance de competitividad de las PYMES y su impacto regional en el nuevo escenario de apertura de la economía e integración subregional.* Programa CFI-CEPAL, (LC/BUE/R.175) PRIDRE, Documento de Trabajo N° 31.
  
25. NACIONES UNIDAS, (2009). Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las actividades Económicas (*CIIU*) *Rev. 4*. Ediciones Naciones Unidas.
  
26. PALLARES VILLEGAS, Z. (1996) *"La Mediana y Pequeña Industria frente al Mundo"*, ACOPI, Bogotá, Colombia.
  
27. PEÑA NOVOA HERNÁN, *Prácticas presupuestarias para ejecutivos*, Volumen I
  
28. PORTER MICHAEL (1996). *"Estrategias competitivas"*. Técnicas para el análisis de los Sectores Industriales y de la Competitividad. Ed. CECSA. México, 1996.

29. PORTER, M.E. *“Ventaja competitiva, creación y sostenimiento de un desempeño superior”*, México, Cecs, 1985. Reporte de competitividad global WEF 2010-2011.
30. RUIZ DURÁN, CLEMENTE. *“Porter Estrategia Competitiva. Técnicas para el análisis de los sectores industriales y de la competencia”*, México, Cecs, 1982.
31. SENGE PETER (1990). *“La quinta disciplina”*, Editorial McGraw Hill. México.
32. THOMPSON ARTHUR – STRICKLAND III A.J. (1994) *“Dirección y administración estratégicas: Conceptos, Casos y Lecturas”* Ed. Mc Graw Hill. México, 1994.
33. VILLARÁN, FERNANDO (1997) . *“Visión estratégica para el desarrollo y la promoción de la pequeña empresa”*. Informe Ejecutivo, 1997

#### **REVISTAS.-**

34. GUÍA BANASCOPIO, Primera guía ecuatoriana de proveedores de productos, insumos y servicios para la producción bananera. Editorial Campo.

## PÁGINAS DE INTERNET.-

1. BANCO CENTRAL DEL ECUADOR  
(<http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/Sector Real/Previsiones/PIB>).  
*Previsiones macroeconómicas 2011.*
2. MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y COMPETITIVIDAD ([www.mipro.gob.ec](http://www.mipro.gob.ec))  
*Produce Pymes y Exporta Pymes*
3. SANDOVAL SALVATIERRA .<http://www.slideshare.net/Joshuedaniel/evaluacion-de-la-situacion-actual-del-desarrollo-industrial-5600888>) *La industria ecuatoriana en cifras.*
4. PRADO JULIO JOSE(<http://www.investiga.com/ide/documentos/compartido/gen--000028.pdf>) Análisis y Ranking de PYMEs
5. CASTELLANOS JOSE RAMON (<http://www.eumed.net/ce/2010a/cccm3.htm>)  
*Concepciones teóricas referentes a la definición de competitividad*
6. CÁMARA DE INDUSTRIAS DE GUAYAQUIL  
([http://www.cig.org.ec/archivos/documentos/sector\\_industrial\\_web.pdf](http://www.cig.org.ec/archivos/documentos/sector_industrial_web.pdf))  
*Estadísticas Económicas Marzo 2009.*
7. ANDES Agencia publica de noticias del Ecuador y Suramérica  
(<http://andes.info.ec/economia/manufactura-generara-usd-5-919-millones-este-ano-segun-el-banco-central-96150.html>) *Manufactura generará USD 5 919 millones este año según el Banco Central.*

8. CORPEI

[http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil quimicos y farmacos 2009.pdf](http://www.puce.edu.ec/documentos/perfil_quimicos_y_farmacos_2009.pdf)  
*Perfiles de Sectores, Sector Químicos y Fármacos*

9. UQUILLAS CARLOS ALFREDO

<http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2008/au.htm> *El modelo económico industrial en el Ecuador.*

10. FORO ECONÓMICO MUNDIAL, DAVOS, SUIZA

<http://logonomia.wetpaint.com/page/12+Pilares+de+la+competitividad> *12 Pilares de la Competitividad.*

## ANEXOS

### ANEXO N° 1

#### **El índice de competitividad global en detalle.-**

A continuación se muestra en detalle la posición del Ecuador de un total de 139 naciones, tomando en cuenta los factores que integran cada uno de los 12 pilares de competitividad del modelo WEF.

<b>1er Pilar: Instituciones</b>	<b>Puesto / 139</b>
1.01 Derechos de propiedad.....	123
1.02 Protección de la propiedad intelectual.....	128
1.03 Desvío de fondos públicos.....	130
1.04 Confianza del público en el gobierno.....	124
1.05 Pagos irregulares y coimas.....	103
1.06 Independencia judicial.....	135
1.07 Favoritismo en las decisiones de los funcionarios del gobierno.....	112
1.08 Despilfarro del gasto público.....	133
1.09 Peso de las regulaciones gubernamentales.....	97
1.10 Eficiencia del marco legal en la solución de controversias.....	135
1.11 Desafío de la eficiencia de la normativa dentro del marco legal.....	132
1.12 Transparencia en las políticas del gobierno.....	112
1.13 Costos del terrorismo en las empresas .....	98



1.14	Costos de la delincuencia y la violencia en las empresas.....	117
1.15	Delincuencia organizada.....	113
1.16	Fiabilidad de los servicios policiales.....	120
1.17	Comportamiento ético de las empresas.....	113
1.18	Influencia de las normas de auditoría en la presentación de informes.....	108
1.19	Eficacia de los ministerios públicos.....	103
1.20	Protección de los intereses de los accionistas minoritarios.....	113
1.21	Fuerza de protección a los inversores.....	109

## **2do Pilar: Infraestructura**

2.01	Calidad general de la infraestructura.....	98
2.02	Calidad de las carreteras.....	83
2.04	Calidad de la infraestructura portuaria.....	113
2.05	Calidad de la infraestructura del transporte aéreo.....	92
2.03	Calidad de la infraestructura ferroviaria.....	73
2.06	Disponibilidad de pasajes aéreos.....	72
2.07	Calidad del suministro de energía eléctrica.....	102
2.08	Disponibilidad de líneas telefónicas fijas.....	83
2.09	Nivel de suscripciones a telefonía móvil.....	59

## **3er Pilar: Entorno Macroeconómico**

3.01	Balance del presupuesto del Gobierno.....	64
3.02	Tasa de ahorro nacional.....	43
3.03	Inflación.....	95

3.04	Diferencial de tasas (spread o brecha).....	44
3.05	Deuda del gobierno.....	21
3.06	Calificación crediticia del país.....	129

#### **4to Pilar: Salud y educación primaria**

4.01	Impacto económico por la malaria.....	95
4.02	Incidencia de la malaria.....	99
4.03	Impacto económico por la tuberculosis.....	79
4.04	Incidencia de la tuberculosis.....	79
4.05	Impacto en el negocio por el VIH/ Impacto económico por el VIH SIDA.....	75
4.06	Prevalencia del VIH.....	71
4.07	Mortalidad infantil.....	83
4.08	Esperanza de vida.....	49
4.09	Calidad de la educación primaria.....	117
4.10	Tasa de matriculación en la educación primaria.....	43

#### **5to Pilar: Formación y educación superior**

5.01	Tasa de matriculación en la educación secundaria.....	93
5.02	Tasa de matriculación en la educación superior.....	56
5.03	Calidad del sistema educativo.....	122
5.04	Calidad de la educación en matemáticas y ciencias.....	117
5.05	Calidad de las escuelas de gestión / posgrados.....	103
5.06	Acceso a internet en las escuelas.....	109
5.07	Disponibilidad local de formación y servicios de investigación.....	103

5.08	Alcance de la capacitación del personal.....	107
------	--	-----

### **6to Pilar: Eficiencia de los bienes del mercado**

6.01	Intensidad de la competencia local.....	116
6.02	Grado de dominio del mercado.....	132
6.03	Efectividad de las políticas antimonopolio.....	133
6.04	Alcance y efecto de los impuestos.....	124
6.05	Tasa de impuesto total.....	49
6.06	Requisitos para iniciar un negocio.....	121
6.07	Tiempo necesario para iniciar un negocio.....	126
6.08	Costos de la política agrícola.....	115
6.09	Prevalencia de las barreras comerciales.....	139
6.10	Aranceles.....	86
6.11	Prevalencia de la propiedad extranjera.....	119
6.12	Impacto de las normas en el negocio de la inversión extranjera directa.....	138
6.13	Carga de procedimientos aduaneros.....	111
6.14	Grado de orientación al cliente.....	129
6.15	Sofisticación del comprador.....	92

### **7mo Pilar: Eficiencia del mercado laboral**

7.01	Cooperación en las relaciones empleador- trabajador.....	122
7.02	Flexibilidad en la determinación de los salarios.....	114
7.03	Rigidez del empleo (cargo).....	90
7.04	Prácticas de contratación y despido.....	136

7.05	Costos de despido.....	130
7.06	Pago y productividad.....	135
7.07	Confianza en la gestión gerencial.....	127
7.08	Fuga de cerebros.....	112
7.09	Participación femenina en la fuerza de trabajo.....	100

### **8avo Pilar: Desarrollo del mercado financiero**

8.01	Disponibilidad de los servicios financieros.....	110
8.02	Asequibilidad de los servicios financieros.....	114
8.03	Financiamiento a través del mercado local de capital.....	97
8.04	Facilidad de acceso al crédito.....	108
8.05	Disponibilidad de capital de riesgo.....	117
8.06	Restricción en los flujos de capital.....	133
8.07	Solidez de los bancos.....	83
8.08	Reglamento de las bolsas de valores.....	71.
8.09	Índice de derechos legales.....	103

### **9no Pilar: Preparación tecnológica**

9.01	Disponibilidad de las últimas tecnologías.....	106
9.02	Absorción de la tecnología a nivel de empresa.....	106
9.03	FDI (Inv. extranjera directa) y la transferencia de tecnología.....	131
9.04	Usuarios de internet.....	94
9.05	Suscripciones a Internet banda ancha.....	85
9.06	Ancho de banda de internet.....	84

**10mo Pilar: Tamaño del Mercado**

10.01	Índice del tamaño del mercado nacional.....	60
10.02	Índice del tamaño del mercado extranjero.....	72

**11avo Pilar: Sofisticación de la empresa**

11.01	Cantidad de los proveedores locales.....	117
11.02	Calidad de los proveedores locales.....	104
11.03	Estado del desarrollo de clústers.....	110
11.04	Naturaleza de la ventaja competitiva.....	126
11.05	Alcance de la cadena de valor.....	86
11.06	Control de la distribución internacional.....	97

**12avo Pilar: Innovación**

12.01	Capacidad de innovación.....	114
12.02	Calidad de las instituciones de investigación científica.....	132
12.03	Gasto de la empresa en I&D.....	120
12.04	Colaboración Universidad-Industria en I&D.....	122
12.05	Adquisición gubernamental de productos tecnológicos avanzados.....	118
12.06	Disponibilidad de científicos e ingenieros.....	132
12.07	Patentes de utilidad por millón de habitantes .....	73

## ANEXO 2

## PRODUCTO INTERNO BRUTO POR CLASE DE ACTIVIDAD ECONOMICA

Miles de dólares

Ramas de actividad \ Años CIIU CN	2008 (p)	2009 (p)	2010 (p)	2011 (prev)
<b>A. Agricultura, ganadería, silvicultura, caza y pesca</b>	<b>3.478.163</b>	<b>3.524.772</b>	<b>3.824.255</b>	<b>4.133.141</b>
1. Cultivo de banano, café y cacao	831.355	885.943	893.892	920.821
2. Otros cultivos agrícolas	1.237.029	1.245.551	1.410.989	1.540.422
3. Producción animal	676.264	731.929	738.007	795.918
4. Silvicultura y extracción de madera	331.766	303.293	352.548	402.804
5. Productos de la caza y de la pesca	401.748	358.055	428.819	473.176
<b>B. Explotación de minas y canteras</b>	<b>11.242.253</b>	<b>7.411.934</b>	<b>9.528.853</b>	<b>12.372.829</b>
6. Extracción de petróleo crudo y gas natural	9.866.757	6.135.459	8.536.167	10.893.671
7. Fabricación de productos de la refinación de petróleo	1.262.424	1.157.703	849.631	1.324.347
8. Otros productos mineros	113.072	118.771	143.055	154.810
<b>C. Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)</b>	<b>5.003.982</b>	<b>4.792.863</b>	<b>5.406.723</b>	<b>5.974.274</b>
9. Carnes y pescado elaborado	1.307.952	1.200.948	1.358.317	1.509.058
10. Cereales y panadería	195.908	207.813	241.495	257.189
11. Elaboración de azúcar	154.077	144.360	182.887	200.091
12. Productos alimenticios diversos	583.736	558.500	578.367	630.549
13. Elaboración de bebidas	252.424	278.852	333.451	392.599
14. Elaboración de productos de tabaco	20.408	27.685	38.083	37.807
15. Fabricación de productos textiles, prendas de vestir	565.413	597.007	663.783	742.884
16. Producción de madera y fabricación de productos de madera	640.623	479.073	565.955	648.865
17. Papel y productos de papel	265.209	276.819	298.645	308.842
<b>18. Fabricación de productos químicos, caucho y plástico</b>	<b>331.621</b>	<b>361.438</b>	<b>395.242</b>	<b>429.549</b>
19. Fabricación de otros productos minerales no metálicos	435.621	430.621	446.164	477.994
20. Fabricación de maquinaria y equipo	230.989	212.016	286.027	319.625
21. Industrias manufactureras n.c.p.	20.001	17.730	18.307	19.221
<b>D. Suministro de electricidad y agua</b>	<b>666.946</b>	<b>547.495</b>	<b>460.439</b>	<b>517.662</b>
22. Suministro de electricidad y agua	666.946	547.495	460.439	517.662
<b>E. Construcción y obras públicas</b>	<b>5.344.206</b>	<b>5.498.198</b>	<b>5.973.023</b>	<b>7.081.616</b>
23. Construcción	5.344.206	5.498.198	5.973.023	7.081.616
<b>F. Comercio al por mayor y al por menor</b>	<b>6.359.469</b>	<b>5.925.288</b>	<b>6.837.083</b>	<b>7.541.960</b>
24. Comercio al por mayor y al por menor	6.359.469	5.925.288	6.837.083	7.541.960
<b>G. Transporte y almacenamiento</b>	<b>3.306.757</b>	<b>3.456.178</b>	<b>3.583.472</b>	<b>3.977.735</b>
25. Transporte y almacenamiento	3.306.757	3.456.178	3.583.472	3.977.735
<b>H. Servicios de Intermediación financiera</b>	<b>1.290.494</b>	<b>1.361.884</b>	<b>1.618.474</b>	<b>1.779.642</b>
26. Intermediación financiera	1.290.494	1.361.884	1.618.474	1.779.642
<b>I. Otros servicios</b>	<b>13.827.881</b>	<b>14.684.918</b>	<b>16.058.728</b>	<b>17.511.133</b>

27. Otros servicios	13.827.881	14.684.918	16.058.728	17.511.133
<b>J. Servicios gubernamentales</b>	<b>2.773.194</b>	<b>3.002.658</b>	<b>3.118.073</b>	<b>3.304.539</b>
28. Servicios gubernamentales	2.773.194	3.002.658	3.118.073	3.304.539
<b>K. Servicio doméstico</b>	<b>61.119</b>	<b>65.085</b>	<b>72.858</b>	<b>78.348</b>
29. Servicio doméstico	61.119	65.085	72.858	78.348
<b>Serv. de intermediación financiera medidos indirectamente</b>	<b>-1.316.707</b>	<b>-1.381.845</b>	<b>-1.625.575</b>	<b>-1.762.811</b>
<b>Otros elementos del PIB</b>	<b>2.170.765</b>	<b>3.132.436</b>	<b>3.121.710</b>	<b>3.435.366</b>
<b>PRODUCTO INTERNO BRUTO</b>	<b>54.208.522</b>	<b>52.021.864</b>	<b>57.978.116</b>	<b>65.945.432</b>

**ANEXO 3**  
**BASE DE PYMEs SECTOR C20**

<b>CIIU C20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y DE PRODUCTOS QUIMICOS</b>			
	<b>RUC</b>	<b>RAZON SOCIAL</b>	<b>CIIU</b>
1	1790673286001	AMAQUIM CIA. LTDA.	C2011.0.00
2	1791181840001	AGROBIOCIENCIA CIA. LTDA.	C2011.0.00
3	1791728300001	MEGAPINTURAS CIA.LTDA.	C2011.0.00
4	1791929675001	BETAPHARMA S.A.	C2011.0.00
5	1791350219001	POLIEXPANDIDOS CIA.LTDA.	C2011.0.01
6	1791767837001	OYEMPAQUES	C2011.0.03
7	0991453334001	POLYCHEMICAL S.A.	C2011.1.04
8	1792059461001	NEOQUIM	C2011.1.04
9	1791412052001	NAVELAGRO CIA.LTDA.	C2011.1.04
10	1791713044001	NERELIA TORRES PRODUCTOS INDUSTRIALES Y AGRICOLAS S.A.	C2011.9.02
11	1790331792001	INDUSTRIA METAL QUIMICA GALVANO CIA.LTDA.	C2011.9.09
12	1790334791001	DICHEM DEL ECUADOR	C2011.9.09
13	1792116104001	ECOLAB ECUADOR CIA.LTDA.	C2011.9.09
14	1792136466001	QUATROAGRO ECUADOR S.A.	C2011.9.09
15	1792171938001	DISGASTRA S.A.	C2011.9.09
16	1791338162001	PUNTO QUIMICA S.A.	C2011.9.09
17	1791768914001	QUITO CLEAN TECHNOLOGY "QCT CIA.LTDA"	C2012.0.00
18	1791945433001	FORNAX PHARMACEUTICALS	C2012.0.00
19	1791063406001	INDUALCA S.A.	C2013.0.00
20	1791754220001	REVESTISA CIA.LTDA.	C2013.0.00
21	1791269101001	POINT DEL ECUADOR AGROPOINT S.A.	C2013.0.00
22	1792091829001	TINFLEX S.A.	C2013.0.00
23	1792181305001	AXAQUIMICA CIA.LTDA.	C2013.0.00
24	1790462854001	JAMES BROWN PHARMA C.A.	C2013.0.00
25	1792095131001	LENFANT S.A. GENETIKAFARMA S.A.	C2013.0.00
26	1790614735001	LICAUCHO CIA.LTDA.	C2013.0.00
27	1792192358001	GAHUSS PLASTIC S.A.	C2013.0.01
28	1791929675001	INDUFAR S.A.	C2013.0.02
29	1706758727001	PINTUPLASTIC S.A.	C2013.0.09
30	1791344316001	PINTURAS AMERICA PINTAMER S.A.	C2013.0.09



## ANEXO 4

1. Encuesta del Proyecto de Investigación: “Análisis de las brechas competitivas en las PYMEs de la industria manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito”



### ENCUESTA SOBRE “MEDICION Y ANALISIS DE LAS BRECHAS COMPETITIVAS EN LAS PYMEs DE LA INDUSTRIA MANUFACTURERA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO”

Quito, 23 de mayo de 2011

Estimado empresario:

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, en cumplimiento de sus principios y misión, está interesada en promover y fortalecer el desarrollo y la competitividad de las PEQUEÑAS y MEDIANAS empresas, para cumplir este objetivo esta llevando a cabo una investigación sobre “Medición y Análisis de las Brechas Competitivas en las PYMEs de la Industria Manufacturera del Distrito Metropolitano de Quito”

Agradecemos nos brinde unos minutos de su valioso tiempo para responder a las preguntas que se mencionan más adelante.

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador, garantiza la confidencialidad sobre la información suministrada en esta encuesta. Los resultados que se publicaran no mostraran temas específicos por empresa, sino por rama de actividad.

Nombre del encuestador \_\_\_\_\_ Fecha \_\_\_\_\_

### **INFORMACIÓN GENERAL**

1.1 Nombre o razón social de la empresa \_\_\_\_\_

1.2 RUC / Cédula No.

1.3 Domicilio: Calle principal \_\_\_\_\_ No. \_\_\_\_\_

Intersección \_\_\_\_\_ Barrio \_\_\_\_\_

1.4 Nombre del Gerente General: \_\_\_\_\_

1.5 Cargo que ocupa el responsable del plan estratégico empresarial: \_\_\_\_\_

1.6 Teléfono empresa \_\_\_\_\_

Celular, Persona encargada del plan estratégico empresarial \_\_\_\_\_

1.7 Correo electrónico: Empresa \_\_\_\_\_ Encargado  
del plan estratégico empresarial \_\_\_\_\_

1.8 Volumen de producción efectuada en el 2010

1.9 Producto innovado en el 2010

1.10 Código CIU \_\_\_\_\_

### **FACTORES DE COMPETITIVIDAD**

#### **SECCION 1 MERCADO**

- a. Segmentos de mercado, atendidos por su empresa.
- b. Grado de participación de sus productos o servicios en los segmentos de mercado referidos.
- c. Principales compradores.
- d. Características por las cuales su empresa es reconocida en el mercado.
- e. Ventajas o fortalezas tienen sus productos o servicios frente a la competencia nacional.
- f. Ventajas o fortalezas tienen sus productos o servicios frente a la competencia internacional.
- g. Canales de distribución utiliza para que lleguen sus productos al mercado interno.
- h. Mercados geográficos cubre su empresa a nivel nacional.
- i. Dificultades para ingresar y para permanecer en el mercado nacional.
- j. Dificultades para salir del mercado nacional.
- k. Fortalezas tiene la competencia en el ámbito nacional.
- l. Futuro de su mercado en cuanto a: Expansión, Contracción, Competencia e Innovación.

#### **SECCION 2 MERCADEO**

- a. ¿Tiene su empresa un plan de mercadeo? \_\_\_\_\_ SI \_\_\_\_\_ NO
- b. Persona responsable del plan de mercadeo.
- c. Objetivos de mercadeo para el 2011.
- d. Estrategias que maneja para asegurar la consecución de los objetivos.
- e. Política de fijación de precios.
- f. ¿Dispone de plan de promoción y publicidad? \_\_\_\_\_ SI \_\_\_\_\_ NO
- g. Ejes de su plan de promoción y publicidad.

- h. Periodicidad de las investigaciones de mercado.
- i. Controles empleados para evaluar el cumplimiento del plan de mercadeo.
- j. Sistemas de servicio de post venta presta la empresa al cliente.
- k. Porcentaje de cumplimiento que tiene la empresa con sus clientes.
- l. Porcentaje de cumplimiento que tienen sus proveedores nacionales y extranjeros con la empresa.

### **SECCION 3. APERTURA COMERCIAL**

- a. Su empresa actualmente realiza exportaciones.
- b. Cómo: Directamente\_\_\_\_\_ A través de terceros\_\_\_\_\_
- c. ¿Tiene usted registro de exportador? \_\_\_\_\_ SI \_\_\_\_\_ NO
- d. Empresa que certifica el origen para los productos que exporta o que están en proceso de exportación.
- e. Frecuencia de exportación.
- f. Nuevos mercados en que piensa ingresar en el año 2012.
- g. Restricciones que rigen para el ingreso de sus productos a dichos mercados.
- h. Porcentajes que afectan los aranceles en la entrada de sus productos a dichos mercados.
- i. Porcentaje de volumen de producción que exporta.
- j. Insumos, materias primas o productos importa para el producto exportable y su peso en el costo del producto.
- k. Porcentaje de su producto terminado que utiliza la mezcla importada.
- l. Régimen de importaciones que rige para los insumos, materias primas y productos que compra en el exterior.
- m. Beneficios o perjuicios de las políticas de fomento de exportaciones del gobierno.
- n. Competidores que se dedican a su misma actividad en los mercados que exporta.
- o. ¿Cuáles son sus pares comerciales con los que mantiene relaciones comerciales en el exterior?

### **SECCION 4. GOBIERNO**

- a. Incentivos ofrece el gobierno para la creación de PYMEs.
- b. Mecanismos ofrece el Gobierno para el desarrollo de las PYMEs.
- c. Políticas del Estado que facilitan al sistema productivo su inserción en el comercio mundial.
- d. Políticas que administra el gobierno para mejorar la competitividad del subsector en donde se encuentra inmersa su empresa.
- e. Incidencia de la política tributaria, financiera, laboral y de comercio exterior en el desarrollo de la competitividad de las PYMEs de su subsector.
- f. Porcentaje en que afectan los costos de los servicios públicos (energía, agua, telefonía) en la utilidad final de la empresa.

### **SECCION 5 DE LAS INSTITUCIONES**

- a. Instituciones públicas con las que se encuentra vinculado como consecuencia de su actividad económica.

- b. Porcentaje en que se encuentra satisfecho con la prestación de sus servicios.
- c. Manera en que colaboran las instituciones públicas para la existencia de un mercado de libre competencia.
- d. Manera en que la ley le protege los derechos a la propiedad y a la iniciativa privada.
- e. Asociaciones o agremiaciones a las que su empresa se encuentra afiliada.
- f. Manera en que defienden sus intereses empresariales las asociaciones y agremiaciones a las que pertenece.
- g. Manera le influye la inseguridad y la corrupción en el ejercicio de sus actividades.

## **SECCION 6 INFRAESTRUCTURA FISICA**

### **6.1. DEL ESTADO**

- a. Califique la calidad y disponibilidad de infraestructura física.
- b. Influencia en el desarrollo de sus actividades.
- c. Influencia en la consecución de nuevos mercados.

### **6.2 DE LA EMPRESA**

- a. Como colabora el sector privado en el desarrollo de la infraestructura nacional.

## **SECCION 7 MERCADO FINANCIERO**

- a. Qué productos del sistema financiero utiliza actualmente la empresa para financiar sus actividades.
- b. Cómo determina las necesidades financieras de la empresa misma.
- c. Porcentaje de los créditos que le otorgan las entidades bancarias privadas cubren la normal operación de la empresa.
- d. Porcentaje de los créditos que le otorgan los organismos de créditos estatales cubren la normal operación de la empresa.
- e. Quién les financia en el mercado interno actividades para cambios tecnológicos, reestructuración industrial e investigación y desarrollo.

## **SECCION 8 EFICIENCIA DEL MERCADO LABORAL**

- a. Promedio de formación que tiene el personal de su empresa.
- b. Principales destrezas y habilidades que caracterizan al personal de su empresa.
- c. Cómo mide la eficiencia y productividad de su fuerza laboral.
- d. Nivel de productividad cree que tiene la fuerza laboral de su subsector.
- e. Califique su nivel de productividad.
- f. Aspectos estimula su política salarial,
- g. Influencia del sindicato en el nivel de productividad de la empresa.
- h. Califique las relaciones entre patronos y trabajadores.
- i. Programas de desarrollo profesional y personal que existen en su empresa.
- j. Programas y políticas que maneja para el perfeccionamiento del personal.

k. Manera en que influye la política laboral del gobierno en la contratación del personal.

### **SECCION 9 DESARROLLO TECNOLÓGICO**

a. Programas de mejoramiento continuo que tiene en marcha su empresa.

b. Procesos de mejoramiento continuo. Entidad o personas le han colaborado en su implementación.

c. Fortalezas tecnológicas que tienen la competencia que la diferencian de su empresa.

d. Cambios en los productos o en los procesos productivos, se han realizado copiando lo que hacen los competidores locales.

e. Innovaciones que ha realizado la empresa en las área de: Marketing, Administrativa, Financiera, Producción y Recursos Humanos.

f. Nivel de flexibilidad que tienen los directivos de la empresa para adoptar cambios,

g. Medida de la eficiencia y productividad en su empresa,

h. A qué recurre para cubrir la necesidad de compra de maquinaria:

i. Actividades de la empresa orientadas a promover el proceso de creatividad e innovación de productos y procesos.

j. Productos y procesos que son de creación propia de la empresa y se encuentran debidamente patentados.

k. Organismos que proveen financiación para programas de desarrollo de investigación y desarrollo en su empresa.

l. Programas que ofrecen las universidades para mejorar la competitividad empresarial.

m. Programa conjunto universidad-empresa en que participó o participa.

### **SECCION 10 MEDIO AMBIENTE**

a. Clase de desechos y desperdicios que genera su empresa

b. Impacto que generan estos desechos en la ubicación geográfica de su empresa.

c. Medios que utiliza la empresa para manejar desechos y desperdicios.

d. Planes de remediación con que cuenta su empresa.

e. Programas de capacitación realiza la empresa para el manejo de remediación.

### **SECCION 11 GESTION GERENCIAL**

a. Porcentaje de educación que tiene su equipo de trabajo gerencial.

b. ¿Cuenta con un plan estratégico para enfrentar la competencia? \_\_SI \_\_NO

c. Presupuestos específicos que administra para su gestión empresarial.

d. Misión de su empresa.

e. Mencione dos objetivos estratégicos que desea alcanzar a mediano plazo.

f. Los objetivos se definen solo por la alta gerencia o con el concurso de todo el personal.

g. Medidas que toma para mejorar la competitividad.

- h. Medidas que toma para reducir sus costos.
- i. Actividades que conforman la cadena de valor de la empresa que gerencia.
- j. Elementos de valor que añaden al producto que ofrece frente a la competencia.

## **SECCIÓN 12. COMENTARIOS**

**¡Muchas gracias!**

\_\_\_\_\_  
**del encuestado**

\_\_\_\_\_  
**Firma del encuestador**

**Firma**

**ANEXO 5****COMPONENTES DEL SUBSECTOR C20: FABRICACIÓN DE SUSTANCIAS Y PRODUCTOS QUÍMICOS****201 Fabricación de sustancias químicas básicas, de abonos y compuestos de nitrógeno y de plásticos y caucho sintético en formas primarias**

Este grupo comprende la fabricación de sustancias químicas básicas, abonos y compuestos de nitrógeno conexos, y de plásticos y cauchos sintéticos en formas primarias.

**2011 Fabricación de sustancias químicas básicas**

Esta clase comprende la fabricación de sustancias químicas mediante procesos básicos, como pirolisis y destilación. De esos procesos se obtienen por lo general elementos químicos separados o compuestos separados definidos químicamente.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de gases industriales o médicos inorgánicos, licuados o comprimidos:

CE-Gases elementales

CE-Aire líquido o comprimido

CE-Gases refrigerantes

CE-Mezclas de gases industriales

CE-Gases inertes, como dióxido de carbono

CE-Gases aislantes

- Fabricación de tintes y pigmentos de cualquier origen, en forma básica o como concentrados
- Fabricación de elementos químicos
- Fabricación de ácidos inorgánicos, excepto ácido nítrico
- Fabricación de álcalis, lejías y otras bases inorgánicas, excepto amoníaco

- Fabricación de otros compuestos inorgánicos
- Fabricación de sustancias químicas básicas inorgánicas:

-Hidrocarburos acíclicos, saturados y no saturados

CEE -Hidrocarburos cíclicos, saturados y no saturados

CEE-Alcoholes acíclicos y cíclicos

CEE-Ácidos monocarboxílicos y policarboxílicos, incluido ácido acético

CEE-Otros compuestos de función oxígeno, incluidos aldehídos, cetonas, quinonas y compuestos duales o múltiples de función oxígeno

-Glicerina sintética

-Compuestos orgánicos de función nitrógeno, incluidas aminas

-Fermentación de caña de azúcar, maíz o productos similares para producir alcohol y ésteres

-Otros compuestos orgánicos, incluidos productos de la destilación de madera (por ejemplo, carbón vegetal), etcétera

- Fabricación de agua destilada
- Fabricación de productos aromáticos sintéticos
- Tostado de piritas de hierro

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Fabricación de productos del tipo utilizado como agentes avivadores fluorescentes o como luminóforos
- Enriquecimiento de minerales de uranio y torio y producción de elementos combustibles para reactores nucleares



***No se incluyen las siguientes actividades:***

- *Extracción de metano, etano, butano o propano;*
- *Fabricación de gases combustibles, como etano, butano o propano, en refinerías de petróleo; véase la clase 1920*
- *Fabricación de abonos y compuestos de nitrógeno; véase la clase 2012*
- *Fabricación de amoníaco; véase la clase 2012*
- *Fabricación de cloruro amónico; véase la clase 2012*
- *Fabricación de nitritos y nitratos de potasio; véase la clase 2012*
- *Fabricación de carbonatos amónicos; véase la clase 2012*
- *Fabricación de plásticos en formas primarias; véase la clase 2013*
- *Fabricación de caucho sintético en formas primarias; véase la clase 2013*
- *Fabricación de tintes y pigmentos preparados; véase la clase 2022*
- *Fabricación de glicerina en bruto; véase la clase 2023*
- *Fabricación de aceites esenciales naturales; véase la clase 2029*
- *Fabricación de aguas destiladas aromáticas; véase la clase 2029*
- *Fabricación de ácido salicílico y ácido acetilsalicílico; véase la clase 2100*

**2012 Fabricación de abonos y compuestos de nitrógeno**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de abonos:
  - Abonos nitrogenados, fosfatados y potásicos puros o complejos
  - Úrea, fosfatos naturales crudos y sales de potasio naturales crudas.
- Fabricación de productos de nitrógeno conexos:

-Ácido nítrico y ácido sulfanítrico, amoníaco, cloruro amónico, carbonato amónico, nitritos y nitratos de potasio

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Fabricación de substratos hechos principalmente de turba.
- Fabricación de substratos hechos de mezclas de tierra natural, arena, arcilla y minerales.

***No se incluyen las siguientes actividades:***

- *Extracción de guano; véase la clase 0891*
- *Fabricación de productos químicos para uso agropecuario, como plaguicidas; véase la clase 2021*
- *Explotación de vertederos de composte; véase la clase 3821*

### **2013 Fabricación de plásticos y caucho sintético en formas primarias**

Esta clase comprende las fabricaciones de resinas, materiales plásticos y elastómeros termoplásticos no vulcanizables, la mezcla de resinas por encargo y la fabricación de resinas sintéticas de uso general.

Se incluyen las siguientes actividades:

- Fabricación de plásticos en formas primarias:
  - Polímeros, incluidos polímeros de etileno, propileno, estireno, cloruro de vinilo, acetato de vinilo y acrílicos
  - Poliamidas
  - Resinas fenólicas y epoxídicas y poliuretanos

- Resinas alquídicas y resinas de poliéster y poliéteres
- Siliconas
- Intercambiadores de iones basados en polímeros
- Fabricación de caucho sintético en formas primarias:
  - Caucho sintético
  - Aceite vegetal vulcanizado
- Fabricación de mezclas de caucho sintético y caucho natural y de gomas similares al caucho (por ejemplo, balata)

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Fabricación de celulosa y sus derivados químicos

*No se incluyen las siguientes actividades:*

- *Fabricación de fibras, filamentos e hilos artificiales y sintéticos; véase la clase 2030*
- *Trituración de productos plásticos; véase la clase 3830*

## **202 Fabricación de otros productos químicos**

Este grupo comprende la fabricación de productos químicos distintos de las sustancias químicas básicas y las fibras artificiales. Esas actividades abarcan la fabricación de una amplia gama de productos, como plaguicidas, pinturas y tintas, jabones, preparados para limpiar, perfumes y preparados de tocador, explosivos y productos pirotécnicos, preparados químicos para usos fotográficos (incluidas películas y papel sensible), gelatinas, preparados compuestos para diagnóstico, etcétera.

## **2021 Fabricación de plaguicidas y otros productos químicos de uso agropecuario**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de insecticidas, rodenticidas, fungicidas, herbicidas
- Fabricación de productos antigerminantes, reguladores del crecimiento de las plantas
- Fabricación de desinfectantes (de uso agropecuario y para otros usos)
- Fabricación de otros productos químicos de uso agropecuario n.c.p

*No se incluyen las siguientes actividades:*

- *Fabricación de abonos y compuestos de nitrógeno; véase la clase 2012*

## **2022 Fabricación de pinturas, barnices y productos de revestimiento similares, tintas de imprenta y masillas.**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de pinturas y barnices, esmaltes o lacas
- Fabricación de pigmentos y tintes, opacificadores y colores preparados
- Fabricación de esmaltes vitrificables y barnices para vidriar y enlucidos cerámicos y preparados similares
- Fabricación de masillas
- Fabricación de compuestos para calafatear y preparados similares no refractarios para relleno y enlucido
- Fabricación de disolventes y diluyentes orgánicos compuestos
- Fabricación de decapantes para pintura y barniz preparados
- Fabricación de tinta de imprenta

***No se incluyen las siguientes actividades:***

- *Fabricación de materias tintóreas y pigmentos; véase la clase 2011*
- *Fabricación de tintas para escribir y dibujar; véase la clase 2029*

**2023 Fabricación de jabones y detergentes, preparados para limpiar y pulir, perfumes y preparados de tocador.**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de agentes orgánicos tensoactivos
- Fabricación de jabón
- Fabricación de papel, guata, fieltro, etcétera, revestidos o recubiertos con jabón o detergente
- Fabricación de glicerina en bruto
- Fabricación de preparados tensoactivos:
  - ☐☐-Detergentes para lavar, en polvo o líquidos
  - ☐☐-Preparados para fregar platos
  - ☐☐-Suavizantes textiles
- Fabricación de productos para limpiar y pulir:
  - ☐☐-Preparados para perfumar y desodorizar ambientes
  - ☐☐-Ceras artificiales y ceras preparadas
  - ☐☐-Betunes y cremas para el cuero
  - ☐☐-Ceras y cremas para la madera
  - ☐☐-Bruñidores para carrocerías, vidrios y metales

CEE-Pastas y polvos abrasivos, incluidos papel, guata, etcétera, impregnados, revestidos o recubiertos con estos productos

- Fabricación de perfumes y preparados de tocador:

- Perfumes y aguas de colonia
- Preparados de belleza y de maquillaje
- Cremas solares y preparados bronceadores
- Preparados para manicura y pedicura
- Champús, fijadores, preparados para ondular y alisar
- Dentífricos y preparados para la higiene bucal y dental, incluidos preparados para la fijación de dentaduras postizas
- Preparados para el afeitado, incluidos preparados para antes y después del afeitado
- Desodorantes y sales de baño
- Depilatorios

***No se incluyen las siguientes actividades:***

- *Fabricación de compuestos separados definidos químicamente; véase la clase 2011*
- *Fabricación de glicerina sintética a partir de productos del petróleo; véase la clase 2011*
- *Extracción y refinación de aceites esenciales; véase la clase 2029*

**2029 Fabricación de otros productos químicos n.c.p.**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de pólvoras propulsoras
- Fabricación de explosivos y productos pirotécnicos, incluidos cápsulas fulminantes, detonadores, bengalas de señales, etcétera

- Fabricación de gelatina y derivados de la gelatina, colas y preparados adhesivos, incluidos colas y adhesivos preparados a base de caucho
- Fabricación de extractos de productos aromáticos naturales
- Fabricación de resinoides
- Fabricación de aguas destiladas aromáticas
- Fabricación de mezclas de productos odoríferos para la fabricación de perfumes o alimentos
- Fabricación de placas fotográficas, películas, papel sensible y otros materiales sensibilizados sin impresionar
- Fabricación de preparados químicos de uso fotográfico
- Fabricación de diversos productos químicos:
- Peptonas y sus derivados, otras sustancias proteínicas y sus derivados n.c.p.
- Aceites esenciales
- Aceites y grasas modificados químicamente
- Materiales para el acabado de productos textiles y de cuero
- Polvos y pastas para soldadura blanda, dura y autógena
- Sustancias para el decapado de metales
- Aditivos preparados para cementos
- Carbón activado, aditivos para aceites lubricantes, preparados para acelerar la vulcanización del caucho, catalizadores y otros productos químicos de uso industrial
- Preparados antidetonantes, preparados anticongelantes
- Reactivos compuestos para diagnóstico y laboratorio

Se incluyen también las siguientes actividades:

- Fabricación de tintas para escribir y dibujar

- Fabricación de fósforos

***No se incluyen las siguientes actividades:***

- *Fabricación a granel de productos definidos químicamente; véase la clase 2011*
- *Fabricación de agua destilada; véase la clase 2011*
- *Fabricación de productos aromáticos sintéticos; véase la clase 2011*
- *Fabricación de tinta de imprenta; véase la clase 2022*
- *Fabricación de perfumes y preparados de tocador; véase la clase 2023*
- *Fabricación de adhesivos a base de asfalto; véase la clase 2399*

## **2030 Fabricación de fibras artificiales**

Esta clase comprende las siguientes actividades:

- Fabricación de estopas de filamento artificial o sintético
- Fabricación de fibras discontinuas artificiales o sintéticas, sin cardar, peinar ni elaborar de otro modo para su hilatura
- Fabricación de hilados de filamento sintético o artificial, incluidos hilados de gran resistencia
- Fabricación de monofilamentos o hebras sintéticos o artificiales.

***No se incluyen las siguientes actividades:***

- *Hilatura de fibras sintéticas o artificiales; véase la clase 1311*
- *Fabricación de hilados de fibras discontinuas artificiales; véase la clase 1311*



